



MEDICIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO Y EL VALOR SOCIAL Y CULTURAL DE FESTINALES EN COLOMBIA



Autores:

Estefanía González Vélez, Fabio Fernando Moscoso Durán, Javier Machicado Villamizar
Julieta Ramírez Mejía, María Andrea Mordo Sarmiento, Patrick Morales Thomas
Willington Ortiz Rojas

Ministerio de Cultura

Nidia Neira,
Coordinadora del Programa Nacional de
Concertación Cultural
Ángel Moreno,
Coordinador del Grupo de Emendi-
miento Cultural
Juliana Barrero,
Asesora Grupo de Emprendimiento
Patrick Morales,
Asesor Dirección de Patrimonio

Universidad EAN

Jorge Enrique Silva Duarte
Rector
Diego Ramírez Salazar
Vicerrector de Extensión y Proyección
Social
Fabio Fernando Moscoso
Director del Proyecto
Javier Andrés Machicado,
Economista, coordinación de investigación
Andrea Mordó,
Economista
Estefanía González,
Historiadora y politóloga
León Felipe Rodríguez,
Antropólogo

Javier Delgadillo

Experto Gestion Cultural
Pia Escobar Gutierrez Magister
Antrópologa

Trabajo de campo

Astrid Yadira Gasca, Rosemberg Camacho.
Kevin Luis Borja, Cindy C. Martinez M,
Félix Leonardo Báez. Jackson Ramirez
Ruth Nelsy Sanchez, Maria Paula Gomez,
Guillermo Sanchez, Ruben Dario Bedoya,
Alexander Garcia S., Marcela Hernandez H

Plataforma web – Viral Media

Christian Bitar,
productor de nuevos medios

Semillero de Investigacion

Universidad EAN

Diego Jimenez
Silvy Acevedo
Walter Barragan
Natalia Ramirez

Diseño y diagramación

María Eugenia Mila E.
Álvaro Leonel Guerrero

Catalogación en la fuente: Biblioteca Universidad EAN

Medición y caracterización del impacto económico y el valor social y cultural de festivales en Colombia [Recurso electrónico] / Andrea Mordó... [y otros]. -- Bogotá : Universidad EAN, 2012.

93 p.

ISBN: 978-958-756-177-7

1. Festivales - Aspectos soioeconómicos - Colombia 2. Cultura - Aspectos socioeconómicos

394.26 CDD 21

Publicado por Ediciones EAN 2013.

Todos los derechos reservados.

ISBN: 978-958-756-177-7

© Universidad EAN, Carrera 11 No. 78-47 Bogotá D.C., Colombia, 2013

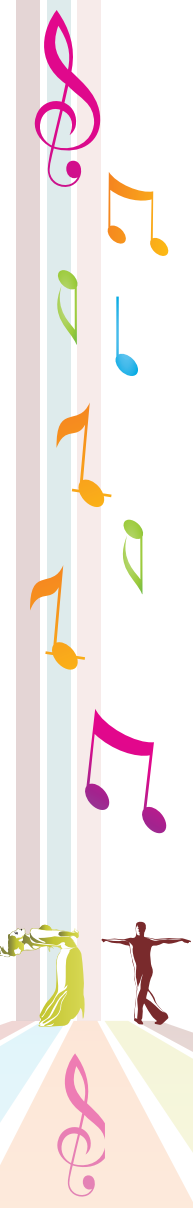
Prohibida la reproducción parcial o total de esta obra sin autorización de la Universidad EAN®

Producido en Colombia.

CONTENIDO

Introducción.....	5
CAPÍTULO 1: Los festivales en la actualidad como móvil de desarrollo económico en una nación.....	11
1.1 Cultura y economía: una relación duradera.....	14
1.2 Festivales: un acercamiento.....	24
CAPÍTULO 2: Gestión Moderna, festivales, riqueza cultural.....	37
2.1 Las fiestas.....	42
2.2 Los festivales.....	43
2.3 Las ferias.....	43
2.4 Los vínculos entre las fiestas y la industria.....	46
2.5 Industrias creativas y culturales.....	47
2.6 Las industrias culturales en Colombia y su marco normativo.....	52
2.7 De las industrias creativas y culturales a las fiestas tradicionales.....	63
2.8 Gestión, financiación y conflicto de las celebraciones tradicionales populares.....	66
CAPÍTULO 3: Los festivales como evento económico.....	71
3.1 Algunas características económicas de los festivales.....	73
3.2 La oferta y la demanda de festivales.....	75
3.3 El impacto económico de los festivales.....	78
3.4 La importancia de la mirada económica sobre los festivales.....	83
CAPÍTULO 4: Valor cultural y social de seis festivales: hacia un marco conceptual y metodológico.....	85
4.1 Tipos de festivales.....	90

4.2 Una propuesta metodológica aplicada en seis festivales.....	94
4.3 Diálogo entre los conceptos y los resultados de la metodología.....	98
Conclusiones.....	109
Referencias bibliográficas.....	111

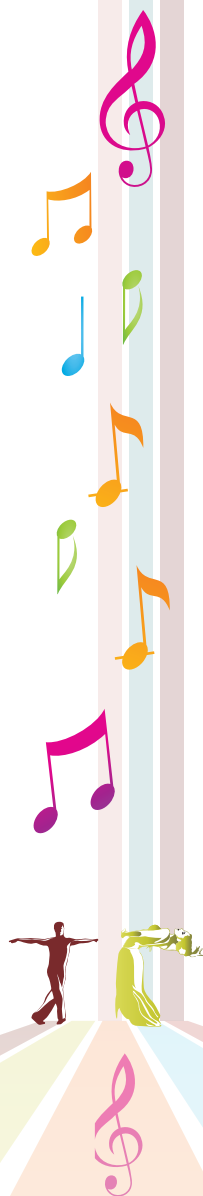


Introducción

El Ministerio de Cultura ha reconocido la múltiple condición de los festivales como acontecimientos simbólicos, culturales, sociales y económicos. Por ello, uno de los propósitos del Programa Nacional de Concertación y del Grupo de Emprendimiento Cultural, es estimular procesos que, como los festivales, se caracterizan por tener impacto en las comunidades.

En la actualidad, la reducción presupuestal pública ha hecho necesario el seguimiento y la evaluación de las inversiones públicas, siendo de vital importancia determinar si los entornos culturales, sociales y económicos de un festival, varios de ellos no monetarios, exceden las inversiones que los gobiernos nacionales y locales efectúan para producirlo, así como estos eventos permiten el mejoramiento del desarrollo humano.

Por ello, durante 2010 y 2011 el Ministerio de Cultura, realizó diez estudios sobre el impacto de igual número de festivales: Festival Mono Núñez, en Ginebra, Valle del Cauca; Encuentro de Alabaos, Gualíes y Levantamiento de Tumbas, en San Juan de Andagoya, Chocó; Festival Nacional de Bandas, en Paipa, Boyacá; Festival de Tambores de Palenque, Bolívar; Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia; Festival Colono de Oro, en Florencia, Caquetá; Festival del Bambuco, en Huila; Torneo Internacional del Joropo, en Villavicencio, Meta; Festival de Jazz y Músicas del Mundo, en Medellín, Antioquia; Festival de Teatro Ethnic Roots, en San Andrés.



En términos generales, el atractivo de realizar estos diagnósticos son múltiples: servir para dar una mayor visibilidad a los festivales, no sólo como un acontecimiento de importancia cultural y social, sino como generador de ingresos y empleo en las economías locales.

Demostrar que eventos culturales bien gestionados pueden ser sostenibles desde el punto de vista económico, social y de desarrollo humano de una región. Por último, dar a conocer mejor la estructura de la organización de los festivales y las características del público que asiste a sus actividades. Adicionalmente, estos análisis permiten generar ingresos a quienes organizan y financian esos acontecimientos.

Efectivamente, después de dos años de estudios se han encontrado importantes deficiencias en las capacidades de gestión de los festivales -especialmente en los más pequeños-, lo que les impide potenciar su impacto económico local, conseguir financiación privada, lograr sostenibilidad financiera y superar problemas de logística e infraestructura, entre otros problemas.

Otro aspecto, relacionado con la política cultural, es que los festivales con posibilidades de autosostenimiento son subsidiados por el Ministerio de Cultura sin especificar la destinación de los recursos. Los diagnósticos han propuesto canalizar estos recursos hacia las actividades de los festivales menos sostenibles, más atadas a lo cultural y con altas probabilidades de impacto social.

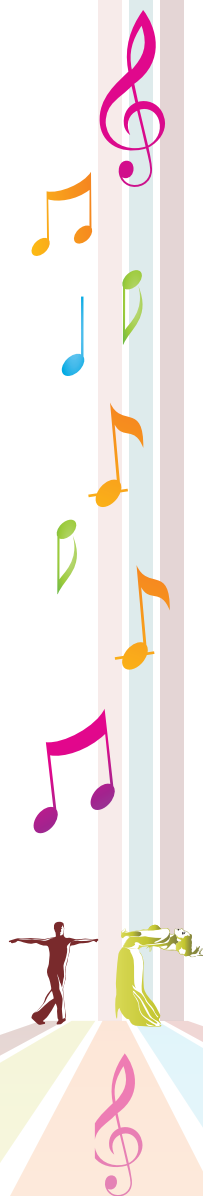
Por otro lado, un débil aprovechamiento de los festivales como espacios de mercado, puede generar la idea que son eventos sin trascendencia económica y social. Esto ha sugerido

implementar, por parte de las entidades gubernamentales, la gestión de espacios de mercado para los artistas y los agentes de distribución en el ámbito de los festivales, que son una ventana natural de difusión y comercialización artística.

Pero la mirada no acaba allí. En cuanto a los aspectos sociales, hay una especie de relación inversa en el impacto económico de los festivales y su pertinencia social. Suele suceder que los festivales que menos reportan a sus economías locales son los más valorados por la comunidad, que se siente involucrada en su diseño y celebración. Generalmente, no sucede lo mismo con los más grandes, que aportan ingresos y empleos a la economía local, pero tienden a no reconocer el sentimiento y las demandas de la comunidad.

Dos años de trabajo han servido para depurar y robustecer una metodología de trabajo que de manera inédita en Colombia, y tal vez a nivel internacional, ha logrado evaluar los festivales como eventos con implicaciones simbólicas, culturales, sociales y económicas. Países como Costa Rica han adoptado la metodología colombiana para caracterizar y medir sus propios eventos culturales. También, estos dos años han dejado múltiples desafíos. Uno de ellos es la mejor socialización de los resultados entre la sociedad civil, los actores del sector de los festivales y quienes toman las decisiones de política cultural. Otro, es justamente la implementación efectiva de las propuestas que surgen de estos estudios, lo que permitiría mejorar la política pública que fomenta los festivales y el trabajo de las entidades que los gestionan.

En 2012 se renueva el interés de parte del Ministerio de Cultura por evaluar el impacto de sus festivales y plantea la realización de un estudio sobre el impacto de seis de ellos. La Universidad



EAN, a través de la Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social, recoge la experiencia del equipo que trabajó en años anteriores que se ha orientado en implementar metodologías innovadoras, que permiten el análisis de estrategias de gestión y sostenibilidad de los festivales a partir de la adaptación del Modelo para la Modernización de Organizaciones (MMGO®) para organizaciones culturales.

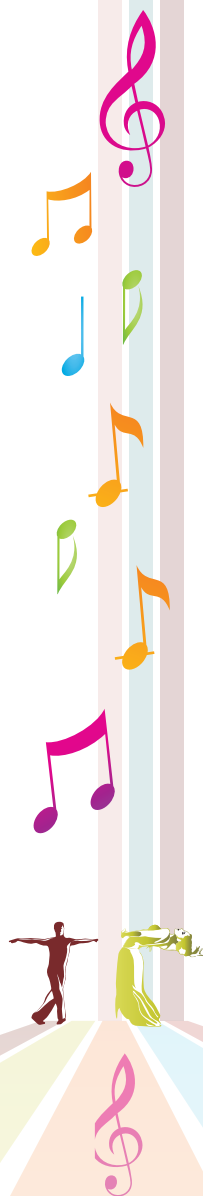
En el texto encontrará cuatro capítulos que dan fe del trabajo constante y que realizó el grupo interdisciplinar de esta investigación, en el cual se detalla en el primero “Los festivales en la actualidad como móvil de desarrollo económico en una nación” abordan el sentido de las fiestas desde esa mirada entre la cultural y la tradición, la cultura y la innovación, el rito y lo ritual, pasando por las preguntas de ¿Cómo entender mejor ese contexto socio-político? ¿Por qué el auge de los festivales? ¿Qué son los festivales? ¿Cómo se debe gestionar su realización? ¿Qué especificidades de nuestros tiempos confluyen para configurar el estado de la cultura hoy en día? ¿Cuál es su manejo desde el Estado? examinando en las manifestaciones festivas del país, esa intención de abordar la industria cultural como lugar de reflexión y debate que permita avanzar en la cualificación del ejercicio de la gestión cultural, con compromiso y responsabilidad social.

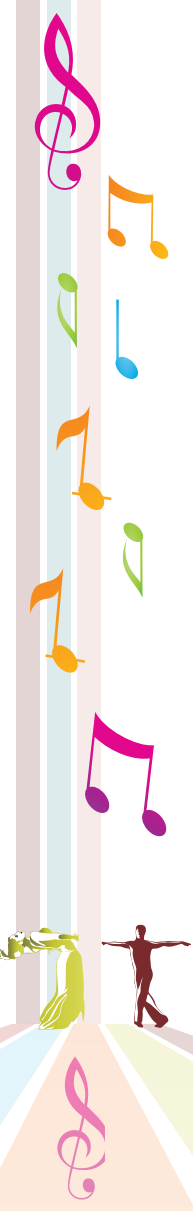
El escrito titulado “Gestión moderna, festivales, riqueza cultural” hace una invitación detallada a la diversidad cultural como al estudio del patrimonio cultural, que nos llevan a observar las características de la fiesta, festivales y ferias, como creadores de vínculos con la industria creativa y cultural considerándolos como un bien o servicio de las comunidades, así como este hecho se ve reflejado y detallado en Colombia.

En los festivales como evento económico, hace una reflexión entorno al entendimiento de la ciencia económica, abordando algunas características económicas particulares de los festivales; segundo, se describe el funcionamiento de la oferta y la demanda de estos eventos; finalmente, se aborda lo relacionado con los impactos económicos que generan los festivales sobre economías locales.

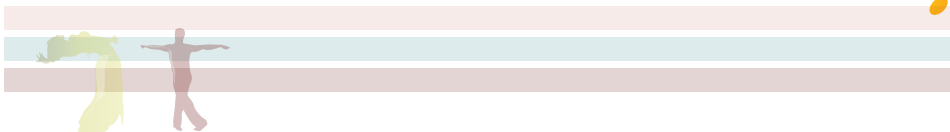
Y el último documento “Valor cultural y social de seis festivales: hacia un marco conceptual y metodológico” identifica en las manifestaciones culturales el lugar de encuentro para visibilizar procesos de reconocimiento en la tradición, es así que se introduce los conceptos y estrategias metodológicas necesarias para entender la articulación entre las dimensiones simbólica, social y política en el marco de espacios culturales como la fiesta, festival, feria o encuentros: X Congreso Nacional Gastronómico de Popayán, Cauca; 29° Festival Internacional de Piano, Bucaramanga, Santander; XXVII Encuentro Nacional de Bandas, Sincelejo, Sucre; Festival Nacional del Pasillo Colombiano en homenaje a los Hermanos Hernández, Aguadas, Caldas; Fiestas Franciscanas de San Pacho, Quibdó; Cuadrillas de San Martín.

En estos eventos se pretende desarrollar y aplicar la metodología de carácter etnográfico a partir de la observación y participación de un equipo de investigación a través de instrumentos (encuestas) permitieron analizar la participación y apropiación de tres grupos de personas relacionadas de diferente forma con cada espacio cultural: i) público asistente, ii) organizadores y iii) artistas. Es así que descifra en estas manifestaciones culturales la formación y trasmisión que propicia tácitamente el evento, en esa relación con el público, el espacio, la tradición y el impacto cultural que da a sus comunidades.



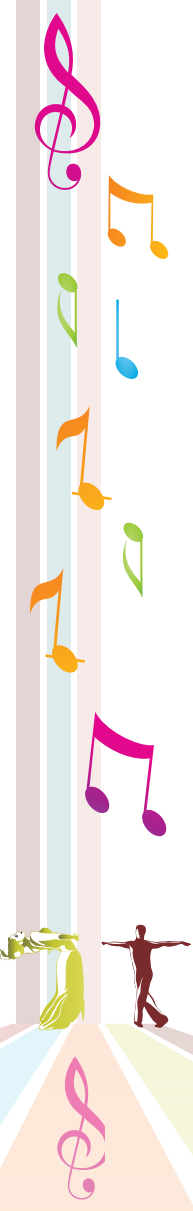


CAPÍTULO 1



LOS FESTIVALES EN LA ACTUALIDAD COMO MÓVIL DE DESARROLLO ECONÓMICO DE UNA NACIÓN

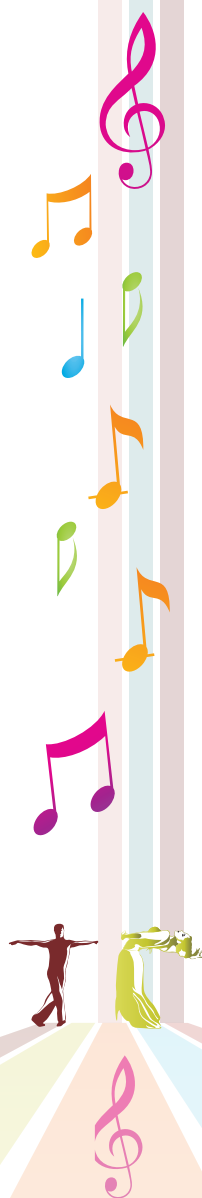
Por: Julieta Ramírez Mejía



Introducción

En la actualidad, el campo de la cultura se caracteriza entre muchas otras cosas, por un dinamismo inédito de los mercados, por el impacto social y político de estos movimientos, por la importancia que en el panorama van adquiriendo empresas que comercian con la cultura y por la importancia que va tomando el ejercicio de gestión cultural para la movilización de recursos públicos y mercados, orientada a la generación de valor, el cual por su especificidad, rompe los límites de lo estrictamente económico. Dentro de este campo, cabe destacar el auge de ciertas realizaciones culturales en las que se superponen varios planos de la realidad social (cultural, económico, político). Concretamente se habla de los festivales y del impacto social que estos generan y por ende, de la necesidad de un ejercicio planeado y medible en términos de concreción, de las acciones que se puedan enmarcar dentro de estos eventos. Lo cierto es que esta realidad plantea nuevos retos no sólo a operadores de la cultura, sino también, a los Estados y sociedades en conjunto, ya que se hacen necesarias herramientas políticas que regulen los flujos de bienes y servicios culturales y la implementación de políticas, capaces de fortalecer referentes culturales propios, así como también, fomentar la creación artística, la formación de públicos y mercados sostenibles.

Asumiendo lo anterior como característico de los ámbitos culturales podemos plantear las siguientes preguntas ¿Cómo entender mejor ese contexto socio-político? ¿Por qué el auge



de los festivales? ¿Qué son los festivales? ¿Cómo se debe gestionar su realización? ¿Qué especificidades de nuestros tiempos confluyen para configurar el estado de la cultura hoy en día? ¿Cuál es su manejo desde el Estado? Interrogantes que tendremos presentes a lo largo de este escrito, quizá no para responderlos, pero sí para plantear algunos puntos de reflexión y debate que permitan avanzar en la cualificación del ejercicio de gestión cultural, de comprensión y puesta en marcha de lo referido a festivales, en nuestro contexto. Para ello se establecerán criterios claros que permitan configurar ordenaciones con las que se de cuenta de lo que pasa con los intercambios culturales en general y en particular, con los eventos que se denomina festivales.

1.1 Cultura y economía: una relación duradera

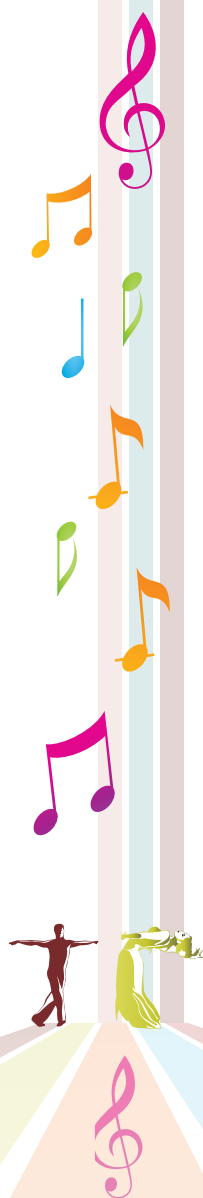
El término cultura, resulta ser una herramienta teórica que ayuda a entender las relaciones simbólicas entre los seres humanos, por su arraigo en tradiciones como la antropológica y también desde la sociológica. En un principio refiere más a lo que hoy se podría denominar cosmovisiones, que de cierta manera siempre remite hacia concepciones tradicionales, tales como la creación y cierto misticismo propio de sociedades primitivas pasando por aquellos postulados derivados de cierta escuela de academia inglesa y su afán por capturar al otro, al no occidental cuyos ritos, celebraciones, cosmovisiones y prácticas desconcertaban a los colonizadores.

Ahora bien, un componente territorial o de localización (Warnier, 2002) resulta indispensable para comprender estas dinámicas, en la medida que cada grupo humano habita un territorio en el

cual se generan vínculos e interrelaciones, lo cual redundará en la conformación de referentes comunes con los que se pueden entender las acciones y relaciones y además, se conforma un nosotros, aquellos que comparten los mismos polos de sentido que permiten tener parámetros claros de valoración y acción. Si se piensa en esta situación o característica, en periodos muy anteriores a nuestra era, es fácil comprender la importancia de la cultura con el territorio, ya que por ejemplo, un lugar de asentamiento define la disponibilidad de alimentos, las exposiciones a fenómenos naturales y en general, la forma de disponer las mentes para la vida colectiva.

Antes de continuar con este punto se debe hacer una claridad en cuanto a los límites de la cultura, en el sentido de establecer qué unidades se considerarán como tal. ¿Es acaso la cultura asimilable a la pertenencia étnica? ¿O está más relacionada con el denominado neo individualismo o con las llamadas tribus urbanas? ¿Se puede atribuir una cultura bajo el criterio de las fronteras nacionales? ¿O quizá sea mejor pensarla a la luz de las tradiciones?

Si bien estas preguntas no tienen respuestas únicas y la pertinencia de las mismas se da por la relación que establecen con aquello de lo cual se está hablando, es decir, del objeto de estudio, que para el caso se trata de una trama de relaciones en las que se superponen de forma compleja aspectos sociales, económicos y políticos en escala global como local (Warnier, 2002, p.11). Bajo esta consideración, el criterio que tiene en cuenta las construcciones nacionales, parece ser el más adecuado para los propósitos de un trabajo como este, en la medida que la imbricación de los aspectos socio-políticos y culturales está marcada por la construcción de los Estados e identidades nacionales, aspecto fundamental



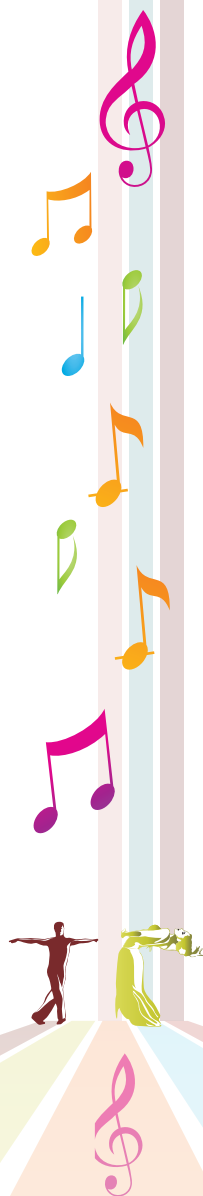
dentro de la configuración histórica de Occidente y dentro de las dinámicas actuales en las que se mueve la cultura, que después de muchas batallas, parece que se comienza a generar consenso en lo relativo a la necesidad de los Estados para el funcionamiento del orden mundial: incluso la ciudadanía tiene una marca nacional como muchos bienes, servicios y tradiciones que en algunos casos, pueden incluso servir como un tipo de marca. También los mercados y los públicos están imbuidos por estas características así como los marcos normativos en los que se desarrolla el ejercicio de la gestión cultural. Dadas estas razones se hace necesario y pertinente centrar la comprensión de la cultura en estos términos.

Tenemos entonces unos intercambios y unos signos localizados, es decir, dinámicas particulares que trazan trayectorias de despliegue propias que en algún momento se encuentra con otra unidad, lo cual lleva a un proceso mutuo de ajuste referencial y de tensión que define mecanismos que posibilitan los intercambios (entre nosotros y ellos): es decir, hablamos de una aculturación, o proceso mediante el cual se deconstruyen y generan signos tanto para mantener la unidad, como para posibilitar los mismos intercambios, asignando valor a las cosas y hasta su misma utilidad. Se trata entonces del nacimiento del comercio y todos sus instrumentos: el dinero, el desarrollo de sistemas de peso y medida, en general la búsqueda de la equivalencia para llevar un cálculo más preciso del intercambio de bienes. De este modo se conforman las tradiciones, aquellas que muchos defienden de su contaminación por medio del contacto con lo extranjero; son el resultado de encuentros y confrontaciones que van dando y que forma y sentido a todo el devenir del mundo. De esta manera, la cultura a través de la asignación del valor, conforma las escalas y rangos por medio de las cuales se evalúan todos

los fenómenos; actúa a manera de filtro por medio del cual, se selecciona la relevancia o no de aspectos de la vida, así como servir de configurador del sentido asignado a las prácticas y atributos. También provee las pautas de identificación que le dan la singularidad al grupo, su visibilidad y sus especificidades, en suma su distinguibilidad. (Warnier, 2002).

En síntesis cultura es una totalidad hecha de hábitos, normas y en general, disposiciones de acción y pensamiento de las personas. Es singular, geográfica y socialmente localizada. Una de sus mayores creaciones y la que más unifica es la lengua, que ayuda tanto a la identificación como a la singularización. Sirve como orientadora de las prácticas, así como también, se contagia de las relaciones que se tejen con el entorno. Falta mencionar la importancia de la transmisión de los signos y contenidos culturales, aspecto necesario para la conservación de esta totalidad.

Por otra parte, es necesario mencionar la importancia de la transmisión de los signos y contenidos culturales, aspecto indispensable para la conservación de esta totalidad en este punto parece pertinente tomar la distinción que hace Warnier (2002, p.13) entre cultura y tradición; la primera referida a una compleja totalidad que encierra hábitos, conocimientos y disposiciones que en general, tienen los individuos en su ser social y que les da cierto sentido común que les permite significar a las prácticas y orientar su acción, (Warnier, 2002, p.16 y 17). La cultura se transmite a través de la tradición, es decir, aquellos elementos del pasado, actuales y que forman parte de la trama simbólica de las culturas. Lo anterior evidencia la estrechez del vínculo entre cultura y territorio, en la medida en que, si aquella tiene un carácter social, necesariamente está localizada, ya que no hay unidad cultural sin dos elementos fundamentales:



lengua y territorio, sin desconocer las diferencias -palestinos, egipcios, hoy en día inmigrantes, o víctimas del desplazamiento en nuestro contexto-colombiano, sin embargo, el asunto de la tierra es central y la fatalidad está en no tenerla.

Los contactos entre las culturas siempre han estado presentes a lo largo de la historia, no en vano se insistió en el carácter ideal de la consideración de una cultura aislada. Sin embargo, dentro de esa historia hay hitos que transforman los procesos de creación, circulación y disfrute de los bienes de la cultura. Esos se pueden identificar con las sucesivas revoluciones industriales ocurridas en Europa principalmente y que dotaron de máquinas la producción cultural, lo cual implicó un aumento considerable en términos de producción y de difusión. Así la Revolución Industrial trajo consigo la producción en masa de bienes culturales, pero también otra situación inédita refiere a la industria como cultura (Warnier, 2002, p.21).

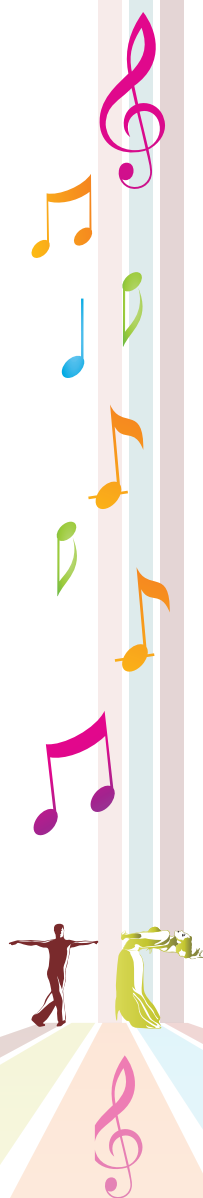
En efecto, el papel de las industrias culturales ha sido un factor clave para la masificación cultural y para develarla como hecho económico, (Barbero, 2000), aunque para ser exactos este vínculo siempre ha estado presente, tomando varias formas, pero sin desligarse una de la otra. También sirvieron para consolidar las identidades nacionales y los proyectos políticos correspondientes, que oscilaron entre las dictaduras y las democracias, sobre todo, en la segunda mitad del Siglo XX; en donde la prensa escrita, la radio, la televisión y hasta el cine, fueron instrumentos de los que se valieron los estados nacionales para promover el proceso de modernización, que no sólo incluía la tecnificación de la producción material, sino también, la construcción de sujetos acordes con un proyecto político, de desarrollo, progreso y demás derroteros establecidos desde la racionalidad occidental.

El nombre de Industrias Culturales aparece acuñado por Adorno y Horkheimer, filósofos de la Escuela de Frankfurt para quienes el concepto era apático en la medida que le reprochaban la producción en serie por amenazar la creación artística, criticaban que la reproducción de bienes de la cultura no llegaba a las profundidades de los sujetos y de esta manera, reducía la creación a la inautenticidad, la imitación y la estandarización.

Esta teoría aparece en la segunda mitad del Siglo XX debido al auge de grandes medios y empresas de este tipo. En el desarrollo del presente trabajo entraron en tensión dos criterios para la definición de estas empresas: por un lado, los contenidos con los que se trabaja (discursivo, audiovisual, gráfico) y por otro están los soportes (CD, acetato, papel, cinta etc.). Lo cierto es que ambos criterios son inseparables para una adecuada teorización y de su articulación se desprende que las industrias culturales:

- Requieren de grandes medios.
- Aplican técnicas de reproducción en serie
- Mercantilizan la cultura
- Se fundan en un modelo capitalista de la organización del trabajo.

¿Qué implicaciones tiene la articulación de ambos criterios? El espectro de las empresas que se denominan Industrias Culturales se amplía considerablemente, por ejemplo, en el caso colombiano, desde la institucionalidad -Mincultura- se tiende a privilegiar el criterio de los contenidos (que su materia prima sea susceptible de la protección de derecho de autor), lo cual deja de lado a la industria del juguete, alimentaria, las empresas que trabajan con moda entre muchas otras. Una situación de este



tipo obliga una orientación específica o a una ampliación de los recursos por parte de un gobierno al tema cultural, ya que no es lo mismo la operación de la política si se orienta a los soportes, a los medios o a ambos no sólo en la asignación presupuestal sino en las acciones específicas para la gestión o ejecución.

Más allá de eso, en la relación industria-cultura se evidencia otra tensión importante, y es la que tiene que ver con la tradición y la innovación: la primera como ya se dijo, hace referencia a la actualidad de lo pasado, con la conservación de los referentes; mientras que la segunda, alude a la prevalencia de valor de cambio simbólico sobre el valor de uso, a la producción en masa y a la obsolescencia programada, más allá o más acá de la durabilidad material. Claro que esta tensión es relativamente reciente, se produce después de las revoluciones industriales ya que la innovación como motor de la cultura es una de sus consecuencias.

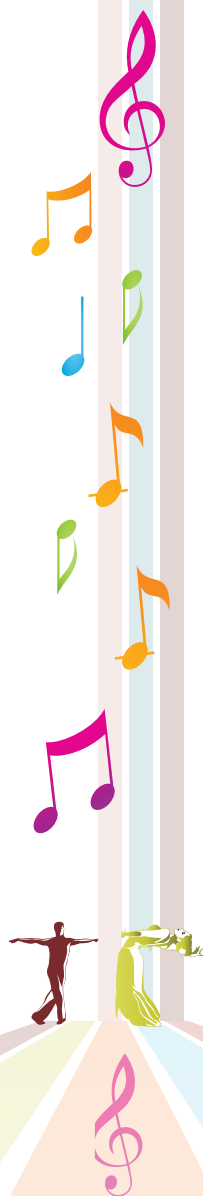
Al respecto se puede afirmar que la industria como cultura se ha visto impulsada por unos factores de contexto que tienen que ver con el desarrollo de los transportes y de las comunicaciones, ya que estas innovaciones implican el ahorro de tiempo para la comercialización y cierta homogenización de los contenidos. Si la característica de las primeras sociedades, o por lo menos de las anteriores a la Revolución Industrial era la diversidad, la singularidad de cada una de ellas, en la actualidad los contenidos y procesos se realizan mediante repetición y producción en serie de estándares culturales.

Si bien es cierto que el carácter localizado de la cultura se desdibuja por la producción y difusión cultural, no es menos cierto que este carácter no se pierde del todo. Un ejemplo es

la industria del cine de *Hollywood*; es la de mayor difusión en el planeta, ya que sus realizaciones se pueden observar casi que en cualquier rincón del globo terrestre es un referente para algunas producciones locales e influye en los modos de vida de los lugares a los que llega en apariencia es una industria desligada de cualquier territorio, ya que su radio es el mundo entero, pero lo que sí es innegable es que los contenidos de este cine son tributarios de unas prácticas y saberes de un territorio determinado -Estados Unidos o más concretamente California-.

Por lo tanto, el mensaje o contenido que homogeniza no está desligado del contexto donde se produce, ya que sus mensajes aluden a unas construcciones particulares -*American style life*, los valores sociales prevalentes etc-, lo que quiere decir que en el contexto de las industrias culturales, más que una abolición de lo territorial, lo que se observa es una transcendencia de valores propios de una centralidad, que atribuye al carácter de universal, lo cual no deja de generar oposiciones y resistencias como los medios de comunicación alternativos, los movimientos anti consumo, entre otros.

Así se conforman ciertas centralidades o nodos, como puntos neurálgicos de los intercambios capitalistas, que son como centros de dirección y concentración de fuerzas. La producción como tal, o la manufactura -cuando es el caso- se disgrega o tiende a moverse desde el centro a las periferias, a lugares en los que la normativa es lo suficientemente laxa como para incrementar las ganancias. Es evidente que uno de los motores de este estado de cosas es el desarrollo de las llamadas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), ya que su avance ha implicado entre otras, una simultaneidad de la experiencia para el intercambio de mensajes en los actos



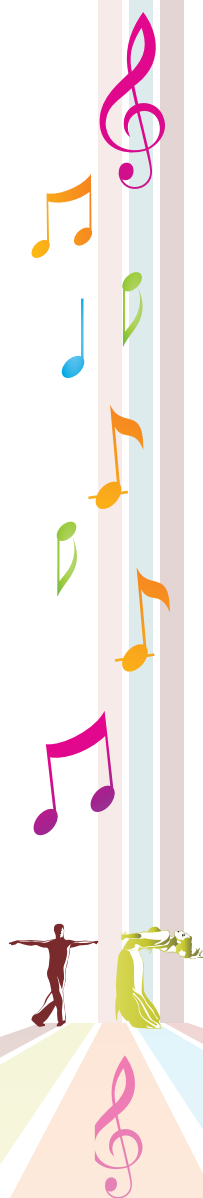
comunicativos, y también el acceso a información, bienes y servicios relacionados con la cultura, de una manera más ágil y sin barreras. En el acceso a esta información se van gestando distintas formas de apropiación de los referentes culturales, lo que se refleja en la proliferación de estilos y formas de ser y estar juntos en el mundo, un claro ejemplo de ello son las denominadas tribus urbanas o subculturas, como popularmente se les llama, que se enmarcan en lo que otros llaman el neo individualismo, es decir, las particularidades en la apropiación de referentes comunes y su manifestación estética.

Es claro que estamos en el terreno de un mercado mundializado, de lo que han llamado algunos la mundialización de la cultura, que tiene sus antecedentes en la revolución industrial y que se caracteriza en parte, por el debilitamiento de las fronteras que representaban los estados nacionales, ya que el acceso a contenidos diversos ya no se somete tanto a los controles políticos, por la misma facilidad de la difusión, sin afirmar que exista un acceso democrático a los bienes y servicios culturales. Además de la amplia circulación, este contexto se caracteriza por la transformación de la noción de cultura y de las prácticas implícitas. Su carácter elitista ha venido dando paso a una nación un poco más democrática, lo que equivale a decir que a pesar de seguir existiendo círculos de acceso muy restringido en los que el disfrute está ligado a cierto sufrimiento y a unos criterios estrictos, también la difusión de la cultura se ha visto favorecida por el desarrollo de las comunicaciones, hecho que ha generalizado un consumo masivo de cultura que tiene menos que ver con el sufrimiento que con el hedonismo y el disfrute.

A pesar de lo anterior, no es cierto que esta masificación no sea homogénea, y al decir democrático estamos aludiendo al

hecho del impulso que reciben procesos como la difusión y la recepción de contenidos culturales a través de productos y servicios de este tipo, entendiendo que desde el consumo mismo, existen factores diferenciadores por concepto de prestigio.

Se puede afirmar que el vínculo economía-cultura es más estrecho de lo que muchos piensan, más hoy en día cuando el ciclo artístico se inscribe en las lógicas de producción capitalista de asignación de valor: además, no es cierto que en un tiempo anterior estas dos esferas estuvieran desligadas en ámbitos sociales independientes, ya que por ejemplo, en el caso de la imprenta, al popularizarse en el Siglo XVIII permitió la consolidación de un mercado que incluía no sólo libros sino también revistas, periódicos, folletos, entre otros, lo que a la postre redundó en cierta ampliación de la libertad artística de los escritores. (Barbero, 2000, p.54). Esta situación plantea retos políticos en torno a las acciones que desde la sociedad se realicen para la promoción cultural, pero también, unos desafíos empresariales para todas aquellas personas dedicadas a la gestión cultural, ejercicio dedicado a la articulación de recursos, actores, públicos, territorios y demás, con el fin de generar procesos de valor en las actividades culturales. Una forma de llevar esto a cabo, y que está en auge en el mundo, es el tema de los festivales que abordaremos a continuación.



1.2

Festivales: un acercamiento

Con el propósito de dar un marco general que pueda sustentar teóricamente un objeto en torno a las dinámicas festivas y a las celebraciones culturales en distintos territorios, se realizará una indagación en la que se identifican focos conceptuales desde los cuales se puedan abordar estas temáticas. En principio, se recurrió al término cultura festiva, sin embargo, los desarrollos o mejor dicho, la presencia de este concepto en planos de referencia resulta bastante débil, de modo que la revisión siempre remitía a la tradición antropológica, concretamente al rito y al ritual, por lo que es en este sentido que se hará el acercamiento.

Otra de las temáticas en las que se puede ubicar la fiesta como asunto teórico, está referida al patrimonio etnográfico, obviamente inmaterial el cual se entiende como una serie de elementos vivos, dinámicos, inmersos en un sistema cultural global. Según Escalera (1999) la relación entre el patrimonio etnográfico e inmaterial es bastante compleja, en tanto el primer tipo patrimonial incluye objetos materiales como tal, aunque gran parte de la importancia está también en el plano simbólico: habría que decir que en la fiesta se conjugan elementos de uno y otro, ya que el orden simbólico le da sentido a los objetos, formas y edificios. La fiesta incluye rituales y diversión, pero el componente central está

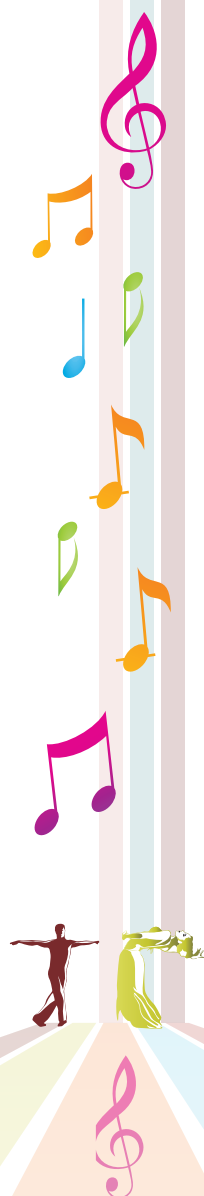
Otra de las temáticas en las que se puede ubicar la fiesta como asunto teórico, está referida al patrimonio etnográfico, obviamente inmaterial el cual se entiende como una serie de elementos vivos, dinámicos, inmersos en un sistema

cultural global. Según Escalera, (1999) la relación entre el patrimonio etnográfico e inmaterial es bastante compleja, en tanto el primer tipo patrimonial incluye objetos materiales como tal, aunque gran parte de la importancia está también en el plano simbólico: habría que decir que en la fiesta se conjugan elementos de uno y otro, ya que el orden simbólico le da sentido a los objetos, formas y edificios. La fiesta incluye rituales y diversión, pero el componente central está dado por la relación que se establece entre las prácticas y las personas que las realizan, es decir que Escalera (1999) da una comprensión de la fiesta desde la función integradora y constituyente de identidad colectiva.

La fiesta se enmarca en una cultura y sociedad específica que le dan su significado, de modo que se hace la distinción entre la fiesta como tal y los festejos, algo así como realizaciones de agentes políticos, económicos y hasta culturales; en un festejo habría un agregado de individuos, mientras que en una fiesta habría una base propiamente social, una unidad colectiva la cual expresa etnicidad en la fiesta.

Por otra parte, se puede afirmar que existe una tendencia a considerar la fiesta como un fenómeno pre moderno en vías de desaparición. Lo cierto es que hay un elemento conservador tendiente a mantener estructuras políticas y en general, a la reproducción social. De otra parte, mediante la fiesta se conforma un nosotros, a través de la cohesión que dan los símbolos.

Bajo una perspectiva diferente, Gil (1991) centra los componentes de la fiesta en la transgresión y la caída en la paradoja como forma de llegar a un cierto estado de gracia, provocado por la ruptura con el orden habitual.



En general, el concepto de fiesta no es tan fuerte como para un rastreo, sin embargo, para dar cuenta de las celebraciones, festivales, carnavales etc., es mejor enmarcarlo en el concepto antropológico de rito, ya que este se inserta en una fuerte tradición y por ende, tiene unos mayores desarrollos. No obstante, desde la Antropología se presenta una conformación que articula componentes relativos a las celebraciones y conmemoraciones y a la presencia de estas en la cultura: se trata del concepto del ritual, cuyas consideraciones van desde vestigio atávico de sociedades premodernas, hasta nodo de convergencia de referentes culturales, desde donde se rescata su carácter unificador.

La trayectoria del concepto comienza casi que con la misma antropología, ciencia empeñada en la explicación del otro, el no occidental con que se encontraban los ingleses en su proyecto expansionista desde el XVIII (Díaz ,1998). En esa medida se le entendía como una especie de *Aleph*, una cierta centralidad en la cual se manifiestan todos los rasgos culturales de una sociedad (lo que remite al planteamiento de Escalera (1999) de la fiesta como marcador de etnicidad).

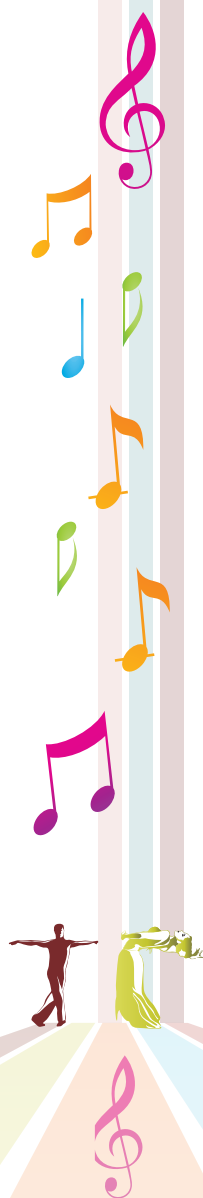
Es claro que desde la tradición antropológica, el ritual se ha ligado al pensamiento primitivo, el cual no hace distinción entre el objeto y la idea: esto obviamente bajo el supuesto de un cierto progreso de la razón, de tal forma que, se hablaría de una unidad psíquica de la humanidad, como requisito para fundamentar el estudio de la mente primitiva y a su vez, el proyecto político expansionista; en su implicación teórica se puede decir, que toman relevancia las nociones de creencia y práctica, para dar cuenta de un proceso de explicación del mundo caracterizado por cierta precariedad, pero que sin embargo resulta asimilable a la producción científica, artística e intelectual en general.

Serían como estadios de la razón humana, que en el caso de los primitivos estaría caracterizada por la inversión entre las causas y los efectos además de la indistinción entre la cosa y la idea: esta situación estaría superada en la modernidad, ya que el avance de la razón habría perfeccionado la técnica y el conocimiento en general, en un camino que ha llevado hasta la objetividad y una distinción funcional de causa y efecto.

De esta forma, las antiguas ceremonias, fiestas, celebraciones, conmemoraciones, entre otros, pasan en las nuevas sociedades a perder relevancia y sólo dejar vestigios, que se manifiestan en regularidades que implica la vida cotidiana y la sociedad moderna, para volver a llamarla así. Estos temas serían objeto de una micro sociología y en fin, perderían progresivamente su estatuto social y epistemológico, en tanto su fenomenología estaría ligada a las celebraciones religiosas, los carnavales, las fiestas y en un sentido más actual, ritos de paso, funerales entre otros.

El sustento del ritual es pues, un sistema de creencias sobre el funcionamiento del mundo, en unas épocas ligado a fuerzas sobrenaturales y a algún agente operativo, tipo sacerdote o chamán que actúa siempre bajo intereses particulares, no para preservar un orden moral: esto se explicaría en tanto las sociedades primitivas carecerían de doctrinas éticas que preserven un orden moral superior.

Toda la argumentación intelectualista de corte victoriano, la cual aquí se ha presentado someramente, se fundamentó en una lógica muy, característica de lo que se denomina cultura occidental, (Sendón de León, 2006) es decir, la oposición binaria y la jerarquización de los términos: las diadas fundamentales serían las de pensamiento/acción y cuerpo/



materia; obviamente la preeminencia está en los primeros y la subordinación para los segundos. Esto en parte evidencia un rechazo hacia la hipótesis generativa, según la cual sería el cuerpo la génesis de las prácticas religiosas, o mejor dicho entre el cuerpo y la sexualidad: dicha afirmación no podría sostener un proyecto de dominación como el de la sociedad victoriana, que prefirió el evolucionismo como aparato ideológico de su empresa.

Se han visto hasta ahora dos versiones del ritual, una de corte sociológico y otra de corte antropológico, añadiendo, claro está, que no es la única visión que se tiene desde la Antropología, ni siquiera se explora la contraparte del principio generativo, idea desde la cual se trabaja desde otras vertientes como la filosofía de la diferencia. Desde esta corriente, se entiende al cuerpo como un punto de localización o ubicación política, en el sentido de ser un territorio en el cual recaen o se inscriben los signos y las relaciones sociales: es en el cuerpo donde se manifiestan las tensiones de fuerzas que hay en una sociedad y además, donde se operan parte de las políticas.

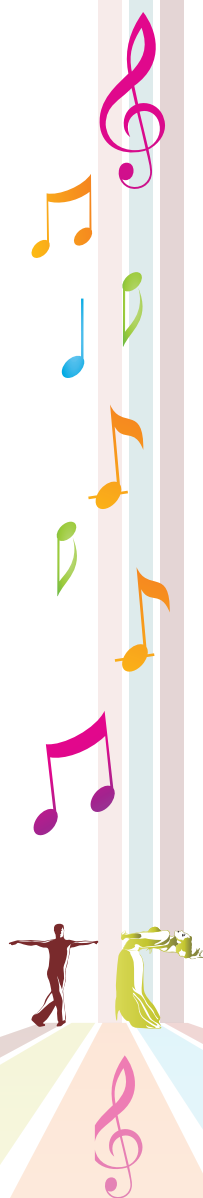
En este sentido, el ritual tendría componentes de manifestación del deseo, de territorialización y desterritorialización de referentes; algo así como un movimiento que fluye entre el acople y la fuga, entre la sumisión y la beligerancia, aspecto que teóricamente le da más salida que aquellas tendencias en las que se ve el rito sólo desde una forma, digamos negativa, en el sentido de confinar la ritualidad a la reproducción social, concretamente a las relaciones de fuerza. También se podría entender como una especie de simulación de fuga, un punto que si bien es de escape, resulta institucionalizado con el fin de controlar las fuerzas centrífugas del deseo.

Lo primero obviamente sería el carácter socio-cultural del rito, de modo que se resalta el estatuto constituyente del mismo, es decir, como una institución social en la que se recrea el valor y sentidos de las prácticas, aunque en la visión victoriana se entiende como una etapa de infancia del pensamiento: de tal forma que una de las dimensiones a las cuales alude el ritual es a la conservación del estado de fuerzas que tiende a perpetuarse a través de prácticas de reforzamiento del imaginario, o para ser exactos, del sistema de creencias de una cultura.

Generalmente se señala que no hay ritual sin sociedad y sin cultura, lo cual demanda una base social más bien cohesionada y unos referentes de identificación compartidos. En todos los casos se liga a la práctica religiosa, quizá por la función de asignación o conservación de sentido. De esta forma, el ritual articula las coordenadas espacio temporales que se manejan desde los grupos sociales.

De esta forma, un carnaval por ejemplo, expresaría las continuidades, discontinuidades y singularidades propias de una sociedad en la que por ejemplo, ha sido permeada por tradiciones étnicas distintas, como por ejemplo, el caso del Caribe colombiano, cuya cultura bebe de la herencia africana, indígena y española. Así, el carnaval de Barranquilla, sería la puesta en escena de diversas manifestaciones: las figuras demoniacas y más que eso, su escenificación festiva, expresaría el movimiento textual de las distintas tradiciones, que combinarían por ejemplo, el miedo en el cristianismo con la festividad africana.

Esto cobra más sentido si se tiene en cuenta que el ritual no se acaba en la consumación in acto, sino que implica todo un proceso social relacionado muy cercanamente con dinámicas



económicas, en el sentido de implicar todo un alistamiento y una generación de intercambios y la activación del ciclo económico a partir de su realización es decir, que el vínculo ritual-mercado es una manifestación de cultura-economía, por lo menos, en las sociedades contemporáneas.

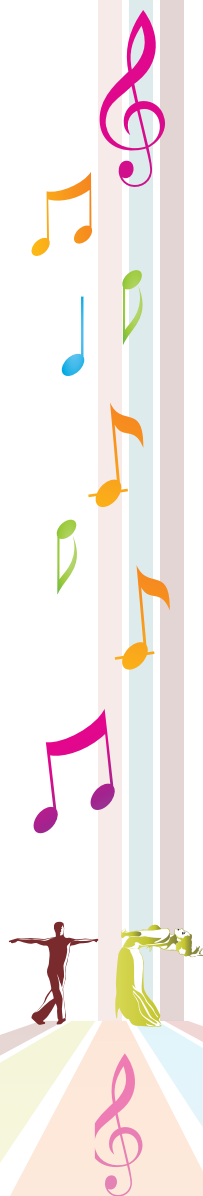
La realización y puesta en marcha de festivales en Colombia -como muchas otras actividades- son constataciones de lo hasta aquí mencionado, por lo que la relevancia de este trabajo está dada en parte, en servir como aporte para la reflexión e implementación de modelos de gestión de festivales en el contexto colombiano. Lo cierto es que para poder pensar los festivales, es necesario pensar en toda una serie de confluencias que producen singularidades configurando la dinámica de los eventos. En otras palabras, no se puede pensar el Festival del Bambuco sin la idiosincrasia opita, sin los circuitos locales que se generan, sin el nivel de capacidad de actores locales.

Por lo tanto, el auge de festivales que caracteriza a la vida cultural actual en los centros urbanos y aún en algunas periferias, es la resultante de una confluencia de factores tanto de orden local como mundial. Dentro de los que se pueden mencionar: la capacidad de gestión de los eventos, la tradición cultural de cada lugar, la normativa vigente, el grado de desarrollo de los circuitos culturales, el sistema político imperante, la presencia o no de multinacionales de la cultura entre muchos otros. Al respecto, quizá uno de los factores de orden más estructural o macrosocial que se registra, tiene que ver con el posicionamiento de un capitalismo mundializado, que triunfa como modelo económico después de la terminación de la Guerra Fría y que en la actualidad lo que conocemos con el vago nombre de globalización, es la manifestación de dicho estadio del modo de producción. Se caracteriza por la

alta presencia de capitales fluctuantes y por el protagonismo que adquieren las empresas multinacionales en la dinamización de los mercados; también implica una transformación en las condiciones generales del trabajo, ahora más flexibles en tanto las legislaciones -sobre todo las de estos países- han relajado las condiciones de vinculación laboral para las empresas además de suavizar un poco las aduanas y barreras administrativas para los flujos de capitales.

Bajo este panorama, se ve disminuido el papel de los estados nacionales en la medida que sus fuertes condicionantes normativas y procedimentales son un obstáculo para la circulación. Sin embargo, a pesar de la gran verdad que esto encierra, no es menos cierto que el modelo político, por más neo liberal que sea no puede prescindir de la figura estatal, indispensable como ente político regulador de la sociedad porque como ya lo enseñó la experiencia, no es justamente el mercado esa mano invisible bajo cuya égida nos liberaremos de las injusticias y nos llevaría a una convivencia pacífica y democrática. La época de validez de esta afirmación está ya muy lejana, e incluso desde la más recalcitrante de las posturas se tendrá que aceptar la necesidad de la regulación política y en general la administración y control de la sociedad: hasta ahora, por más inconvenientes que esta apuesta haya tenido, se acepta que por lo menos hasta que no se invente otro tipo de relación o instancia que se encargue de lo ya mencionado, es el Estado quien debe seguir llevándolo a cabo.

Este es, a grandes rasgos el panorama en el que se desenvuelve la cultura en general y los festivales en específico. Se recalca este lapso en tanto es desde el Siglo XX que podemos hablar de un auge de los festivales, en el sentido de ser susceptible de realizarse por medio del ejercicio de la



gestión cultural, como campo específico de la acción, ligado a un sector económico consolidado y diferenciable del cual se desprenden prácticas específicas para llevar a cabo las acciones propias de dicho sector. Así a pesar de que se tenga referencias de festivales de siglos, como fenómeno social, político y económico de trascendencia, es decir como cierta modalidad de realización cultural, no es sino a partir del Siglo XX que es observable y ubicable en una categorización de los planos antes mencionados.

Bien, el término festival, a pesar de no ser unívoco, evoca aspectos positivos de alegría y celebración. En efecto, se mencionó un movimiento entre el ascetismo y el hedonismo culturales, ya que la misma palabra festival evoca aspectos gozosos, dado que su raíz viene un tanto del concepto y la práctica cultural llamada fiesta. Como asunto teórico, el festival puede estar referido al patrimonio etnográfico, obviamente inmaterial el cual se entiende como una serie de elementos vivos, dinámicos, inmersos en un sistema cultural global. Según Escalera (1999) la relación entre el patrimonio etnográfico e inmaterial es bastante compleja, en tanto el primer tipo patrimonial incluye objetos materiales como tal, aunque gran parte de la importancia está también en el plano simbólico: habría que decir que en la fiesta se conjugan elementos de uno y otro, ya que el orden simbólico le da sentido a los objetos, formas y edificios. La fiesta incluye rituales y diversión, pero el componente central está dado por la relación que se establece entre las prácticas y las personas que las realizan, es decir que en Escalera se da una comprensión de la fiesta desde la función integradora y constituyente de identidad colectiva.

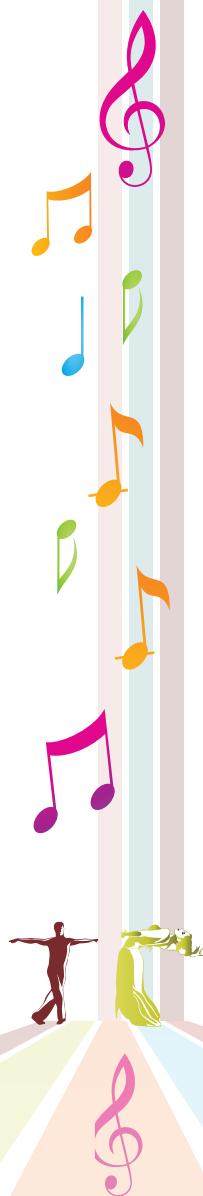
Pero en términos generales, hay tanta diversidad entre los festivales que uno de estos eventos requeriría una

caracterización, por lo que se requieren algunos elementos que ayuden a construir una referencia del festival que puedan compartir diversos eventos. Lo primero es examinar es el carácter territorial del festival, ya que como se dijo antes, del festival también participan las costumbres, las edificaciones y las características de cada territorio. Dentro de todo lo que se ha mencionado, cabe destacar que además de la celebración y la relevancia económica, hay otros criterios que establecen un festival.

Un criterio temporal señala que los festivales se ubican en una época específica del año o bianual, trianual etc., y su celebración es esporádica, es decir, no regular, no ocupa todo el año sino una proporción específica, que se suele definir entre no menor a dos días y no mayor a dos meses. Otra forma en la que se aplica este criterio es en la definición de la antigüedad del evento que por lo general, este es a considera festival después de dos ediciones.

Esta temporalidad implica una gran intensidad de la representación o de la programación como tal, en la medida que la excepcionalidad del evento amerita cierta concentración de las actividades ya que no hace parte de la programación cultural habitual del lugar; incluso hay festivales como el Iberoamericano de Teatro de Bogotá, en el que resulta imposible asistir a todos los eventos. Estas actividades no son la única oferta del festival, ya que se combinan con talleres, simposios, conversatorios y demás herramientas para la creación y fortalecimiento de públicos, escenas y redes de negocios.

Otro criterio a tener en cuenta es el de no hacer parte de las fiestas patronales del lugar, aunque puedan coincidir las fechas (Bonet, 2011), resulta indispensable que las actividades del



festival sean claramente distinguibles, como por ejemplo, por rublos presupuestales específicos, personería jurídica, etc. La idea central de esto consiste en que si se está hablando de festivales culturales, la programación debe ser lo central dentro de las actividades, es decir, que debe haber una línea que unifique tales actividades más allá de su efeméride con algún personaje o acontecimiento significativo. Dentro de los factores que definen un festival se encuentran:

- Territorio: relación con el lugar, capacidad instalada, formación de públicos y escena.
- Institucionalidad: titularidad, gobernanza, valores organizativos, modelos de gestión, actores influyentes, actores clave entre otros.
- Presupuesto disponible: montos evolución financiera, estructura de ingresos, estructura de gastos, política de precios etcétera.
- Proyecto artístico: convencional/rompedor, especializado/interdisciplinar/ecléctico, clásico/contemporáneo.

Todos estos factores influyen entre sí y con factores externos como la normatividad y los marcos de referencia en general, grado de competencia del mercado entre otros.

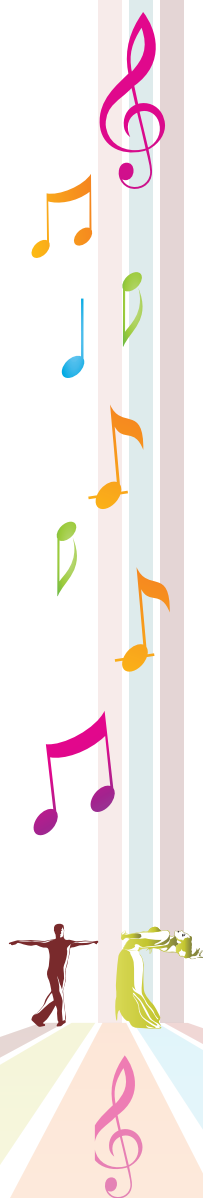
Finalmente, para establecer alguna tipología de festivales se puede recurrir a los siguientes aspectos, todos orientados hacia su modelo de gestión, que es lo que principalmente interesa.

En primer lugar, la misión y objetivos del festival, que definen las orientaciones generales del evento, las cuales pueden estar enfocadas hacia el fortalecimiento de las escenas locales, la

proyección de los artistas y las localidades, fortalecer tejido asociativo, el desarrollo económico, entre otras. Para evaluar correctamente la coherencia de los objetivos con las acciones, es siempre una fuente de buena información las medidas adoptadas por los festivales en épocas de crisis, teniendo en cuenta que con los ajustes que estas situaciones demandan, se pueden evidenciar los aspectos privilegiados dentro del festival.

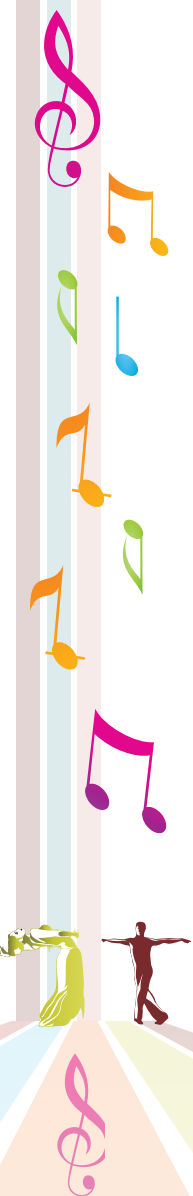
Luego encontramos el modelo de gestión de recursos humanos, punto en el que interesa saber, a manera de ejemplos, si se tiene un equipo base a lo largo del resto del año o del tiempo en que no hay festival, si la administración pública está apoyada con el talento humano, si se da una política clara de vinculación progresiva de colaboradores a medida que el evento se acerca. Los festivales son realizaciones culturales discontinuas y el reto que ello tiene para la gestión del talento humano, es la formación y calidad de los colaboradores.

Para hacer posible todo lo anterior se hace necesario una estrategia financiera y presupuestaria la cual refiere a las prácticas organizativas tendientes a la captación y gasto de recursos. Es indispensable —o por lo menos deseable— contar con presupuesto público y privado, en tanto el primero es muy escaso y si es el único, existe el peligro de la injerencia política en actividades artísticas, lo mismo que si el festival es exclusivamente privado, la diferencia está en que la incidencia no vendría del Estado sino de los patrocinadores. Es clave el posicionamiento del festival para evitar al máximo estos inconvenientes. Estrategia de imagen y comunicación, los formatos y producción ejecutiva, la política educativa y captación de públicos y la inserción territorial y artística son las demás categorías para la tipología de los modelos de gestión cultural.

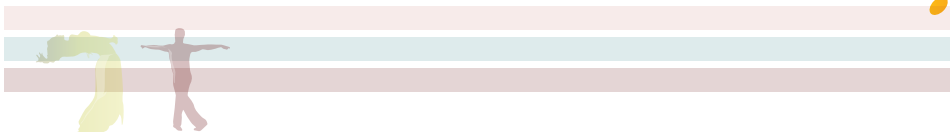


Esta tipología se presenta con el fin de ayudar a darle un orden al manejo de los festivales, ya que en Colombia como en muchas partes del mundo, el ejercicio de la gestión cultural no está profesionalizado a pesar de las grandes demandas que el medio le hace a estas acciones. Esto se demuestra entre otras cosas, en la insuficiencia de propuestas de indicadores para medir el impacto de los festivales en la economía colombiana, en la escasez de políticas de apoyo, fortalecimiento de los festivales y en general, la falta de sistematicidad y manejo conceptual en su realización.

Al respecto, es diciente que no se cuente con documentos que expliciten los rendimientos económicos o culturales de los festivales, en términos de ganancias e impacto, lo que indica que se debe hacer un trabajo de afinar los instrumentos de gestión cultural, en el sentido, no sólo de institucionalizar rublos o prácticas como tal, sino de llevar a cabo un ejercicio riguroso.

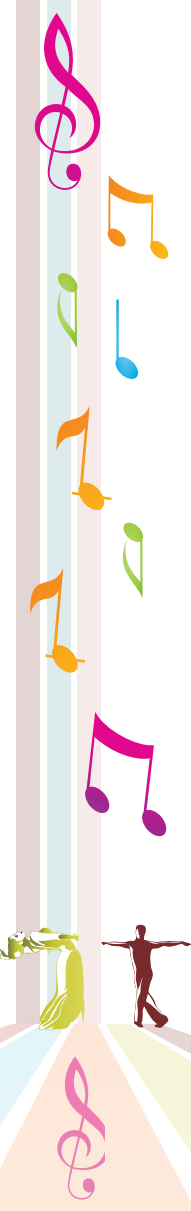


CAPÍTULO 2



Gestión Moderna, Festivales, Riqueza Cultural

Por: Willington Ortiz Rojas
Fabio Fernando Moscoso Duran

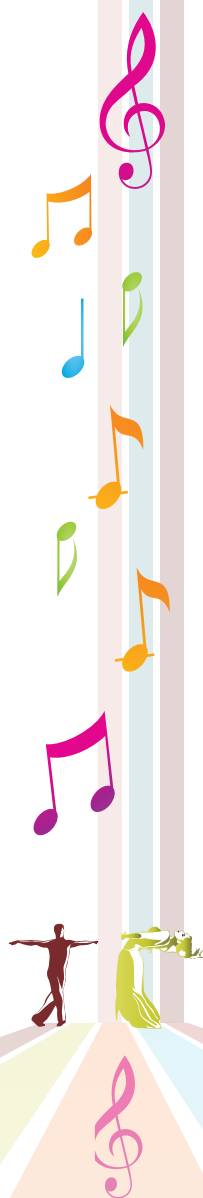


Introducción

La diversidad cultural es un derecho fundamental universalmente aceptado (UNESCO, 2002) y por tanto, es responsabilidad de todos resguardar y promover sus diferentes manifestaciones simbólicas como una estrategia para salvaguardar nuestra autodeterminación y pluralidad como especie social. El éxito de esta tarea se verifica en tanto tenga lugar la manifestación y celebración simbólica de lo cultural, en pleno uso de sus espacios y tiempos.

Así, en la defensa del patrimonio cultural de los pueblos y de su diversidad, los esfuerzos deben pasar por el reconocimiento de las formas, lugares y momentos donde estos se manifiestan. En cuanto a sus formas, la materialidad o inmaterialidad de los mismos marca una primera categoría de análisis en el objetivo de su defensa, y para el caso que nos ocupa aquí, quizás la más importante, pues dicha inmaterialidad del acervo cultural de los pueblos escapa en buena medida a las capacidades de mensurabilidad objetiva de su valoración socio-económica, y por tanto, limita la capacidad de establecer alcances a las acciones en su favor.

Es claro que todo bien, material o inmaterial, candidato a merecer la categoría de patrimonio cultural, debe ser calificado y mensurado según sus atributos simbólicos, espirituales y sociales de representación y significación, dentro de las



expectativas propias de la comunidad donde reside, como de su valor irradiado a la diversidad cultural de la humanidad. Una vez ascendido un bien a la categoría de patrimonio cultural, es común observar como la sociedad diseña y pone en ejecución una serie de diferentes estrategias y formas institucionales con el objeto de garantizar su resguardo y promoción. Y son estas estrategias e instrumentos la caja de herramientas con las que cuenta cada sociedad para cumplir con su responsabilidad de salvaguardar la diversidad y autodeterminación de sus pueblos.

En un lugar muy especial del universo de los bienes culturales se encuentran las llamadas fiestas populares y tradicionales, cuyas celebraciones aportan un potente reflejo de la cultura del pueblo festejante, y por lo tanto, estas celebraciones rituales han pasado a formar parte fundamental del acervo cultural inmaterial protegido institucionalmente por las diferentes sociedades alrededor del mundo.

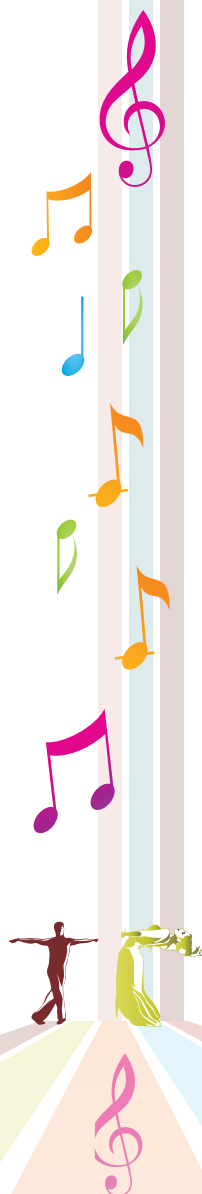
A partir de la tradición de literatura antropológica, la fiesta, entendida como un punto cúspide de la exteriorización del sentir de un pueblo, cumple, entre otros, con los siguientes objetivos funcionales¹:

- La activación periódica de sistemas de reciprocidad e interdependencia.
- La constitución y renovación de redes familiar es y vínculos personales.

¹ Lista de atributos recogidos y citados por Pizano, et al, (2004).

- La mera acción del territorio.
- El desdibujamiento de las fronteras sociales o su intensificación.
- La expresión de lealtad a grupos de referencia o pertenencia.
- La coordinación de ciclos temporales.
- La reproducción de distinciones simbólicas necesarias para la supervivencia cultural del grupo.
- La producción de experiencias liminales de hermandad, comunión, reciprocidad o respeto entre sus miembros.
- La teatralización de la continuidad social.
- La congregación entorno a símbolos sagrados.

A partir de los diferentes objetivos funcionales de la fiesta, (Pizano, et al 2004), proponen una agrupación de estos eventos que además responde al carácter de la celebración y que sirve de base para entender atributos extendidos de estas hacia esferas complementarias de análisis, como por ejemplo la económica. En particular los autores proponen tres clasificaciones principales: las fiestas, los festivales y las ferias, las cuales a su vez incluyen ciertas sub-clasificaciones.



2.1 Las fiestas

- **Fiestas tradicionales religiosas:** cuyo motivo de celebración es la necesidad profunda de los individuos y grupos sociales para expresar la devoción religiosa, y por lo tanto reflejan sentimientos de acercamiento al mundo espiritual.
- **Fiestas tradicionales profanas carnaavalescas:** pueden ser calendáricas o cíclicas y se expresan como carnaavales entendidos como una parodia de las reglas que son reconocidas y respetadas por toda la colectividad, y en los que se presenta una inversión del estatus socio-racial.
- **Fiestas patrias:** cuyo propósito es afianzar el sentido de la nacionalidad y su motivo es en primer lugar patriótico y republicano. En estas fiestas se hace referencia a imaginarios como la patria, el patriotismo, el héroe o las victorias militares independentistas y se ponen en escena emblemas que contribuyen a la construcción del sentido de pertenencia a un determinado régimen político. En segundo lugar, el motivo es cívico y estas fiestas se celebran para fortalecer el sentido de pertenencia en los ciudadanos a través de la conmemoración de la fundación de los pueblos y ciudades (Pizano, et al, 2004).

2.2 Los festivales

2.2.1 Artístico

Cuyo propósito es difundir las expresiones culturales y el motivo es la música, la danza, el teatro o el cine, entre otros, que se expresa a través de presentaciones, exhibiciones y concursos. Se evoca el talento y la creatividad especialmente en la composición, la interpretación, la composición, la dirección y la actuación.

2.2.2 Folclórico

A través de los cuales se pretende recuperar y conservar las tradiciones populares. Se inspiran en mitos y leyendas, se expresan a través de celebraciones y actos conmemorativos, y en ellos se evocan las creencias (Pizano, et al, 2004).

2.3 Las ferias

“Las ferias tienen un carácter promocional y su propósito es fomentar la integración de los habitantes de la región, resaltar los valores y facilitar el intercambio cultural. Se inspiran en primer lugar en los pueblos, ciudades y regiones en donde se crean alianzas entre las gentes y se difunden valores culturales y productos regionales; en segundo lugar en la flora y la fauna para exhibir los productos y evocar la biodiversidad y la producción de la región, y en tercer lugar, en las industrias culturales para la exhibición y comercialización de los

productos y servicios culturales, entre otros, cuyo objeto es presentar el estado del arte, la evolución, la innovación y la tecnología. ” (Pizano, et al, 2004).

Como aproximaciones a las valoraciones de las fiestas tradicionales, se han adelantado en diferentes países esfuerzos en este sentido apelando al uso de modelos económicos de valoración por aproximación indirecta, por ejemplo, mediante la indagación de la disposición a pagar por asistir a un determinado evento, los costos de transporte incurridos por los asistentes, cálculo de precios sombra y los correspondientes modelos de costo-beneficio, entre otras metodologías de aproximación económica, que naturalmente incluyen en sus consideraciones las valoraciones de los bienes en condiciones sociales ampliadas de no mercado, esto es, los llamados costos de oportunidad.

Estas metodologías buscan aportar un argumento objetivo en favor o en contra de incurrir en un esfuerzo social para el resguardo o promoción de los eventos evaluados. Los análisis de comparación del tipo costo-beneficio sirven de parámetro para orientar la toma de decisión en caso de inversiones desarrolladas por los diferentes niveles de los Estados, así como por otras organizaciones del orden nacional o transnacional, tanto de la sociedad civil como de empresas privadas.

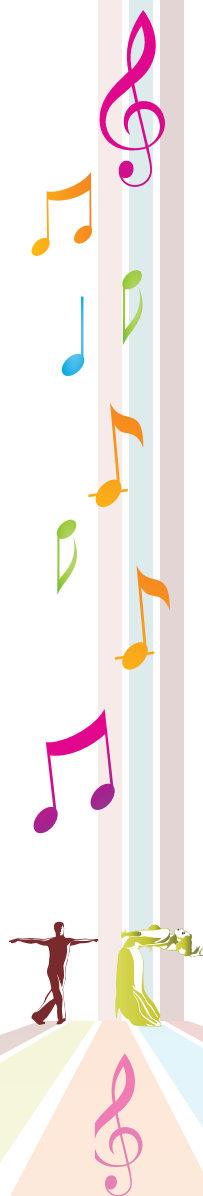
Sin embargo, el resultado y objetividad de dichos estudios dependerá fundamentalmente del acceso y calidad de los datos e información disponibles del acto o fenómeno cultural que se encuentre bajo estudio. Y es precisamente dicha disponibilidad y accesibilidad de los datos lo que marca la principal limitación para este tipo de estudios, donde la misma naturaleza inmaterial de algunas o todas las dimensiones del fenómeno

cultural a evaluar, suceden en un momento y tiempo, sin dejar un registro objetivo que refleje la verdadera magnitud de su efecto en el ser cultural de los pueblos.

Esta capacidad limitada de los instrumentos de valoración de las fiestas tradicionales juega en contra de un adecuado esquema de jerarquías, formas y estrategias de resguardo y promoción, por parte de las diferentes instancias involucradas, en especial de las entidades públicas de donde emanan importantes flujos de financiación, así como de aquellas que desde la industria del turismo o industrias complementarias sirven como agentes financieros y de influencia. Una deficiente valoración del momento festivo cultural puede acarrear diferentes problemas para la identidad y autonomía de la fiesta, desvirtuando su funcionalidad simbólica, tal como se discutirá en los apartados siguientes.

En todo caso, es imposible desligar la dimensión económica del acto festivo, pues esta se encuentra inscrita profundamente ya sea en la inspiración y simbolismo, o en su funcionalidad. Esto es así porque los acuerdos económicos, así como los sistemas de relaciones que emergen entre las personas, con diferentes pero complementarios roles, son en sí manifestaciones de los acuerdos sociales y culturales de un pueblo, por lo que es usual ver las representaciones simbólicas de estas diferencias y subordinaciones económicas en las festividades, ya sea que sean objeto de inversiones de roles fantásticas, críticas sarcásticas, reafirmación de los estatus, o de acuerdos de cooperación para la preparación y celebración de la fiesta.

Pero con todo, sería un error intentar contener el valor de las fiestas tradicionales en magnitudes de sus variables económicas, dado que los valores no mensurables de identidad,



diversidad, participación y reconocimiento superan por mucho los aspectos económicos, siempre y cuando, la tradición de la festividad no haya sido perturbada sensiblemente por intereses comerciales o políticos, externos a las expectativas originales del pueblo festejante.

2.4 Los vínculos entre las fiestas y la industria

El esfuerzo por garantizar y promover el patrimonio inmaterial de los pueblos ha encontrado un fuerte aliado en las llamadas industrias culturales, las cuales han insertado con éxito sin precedentes lo simbólico-cultural en las lógicas de producción, distribución, consumo y beneficio del mercado. Las fiestas tradicionales no son ajenas a las relaciones establecidas por las industrias culturales, y estas relaciones son tan complejas y variadas como lo son las diferentes celebraciones populares.

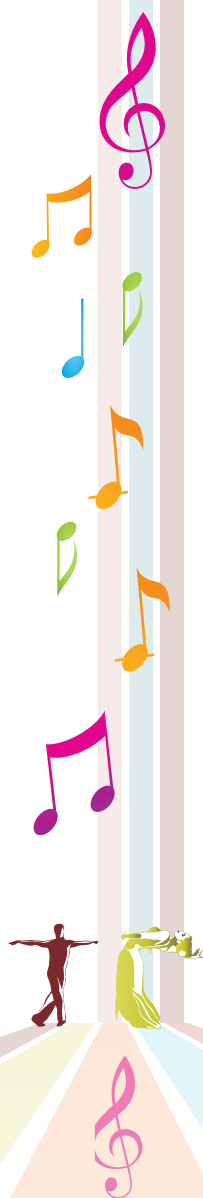
Para entender y mensurar mejor la relación tejida entre la extensa red de las industrias creativas y culturales, y las celebraciones contemporáneas de las fiestas populares, analizaremos antes la naturaleza y relevancia de tales industrias.

2.5 Industrias creativas y culturales

Las industrias culturales tienen diferentes acepciones que proponen un acercamiento de la cultura como elemento generador de riqueza. En este sentido, el Banco Interamericano de Desarrollo BID (2007), define las industrias como a “aquellos sectores que están directamente involucrados en la creación, producción y distribución de bienes y servicios que son de naturaleza cultural y que están usualmente protegidos por el derecho de autor”.

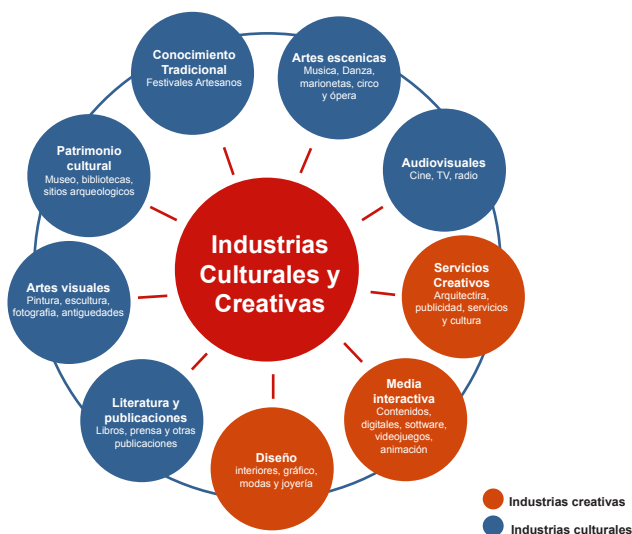
Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2005) define a las industrias culturales como aquellos sectores que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por derechos de autor y pueden tomar la forma de bienes o servicios, los que a su vez se refieren a las actividades, bienes y servicios que, de acuerdo a su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente de su valor comercial. De manera general, las diferentes concepciones de industrias culturales ligán la relación la cultura como un desarrollo de un producto intangible y la generación de valores culturales propios al ser humano.

Para la Organización de Estudios Americanos (OEA, 2007) Comisión Interamericana de Cultura postula que la cultura es un recurso estratégico disponible en los países en desarrollo para hacer frente a los retos de la nueva economía y satisfacer las necesidades sociales del siglo XXI. En este sentido, se



resumen las consideraciones hechas por lo general sobre la importancia de las industrias culturales para América Latina y el Caribe (ALC), de la siguiente manera:

- Las industrias culturales es uno de los sectores más dinámicos de la economía global.
- La cultura es un recurso disponible en la lucha contra la desigualdad y la pobreza.
- Las industrias culturales son una opciones de empleo para los pueblos indígenas, las mujeres, los jóvenes y otros grupos vulnerables o marginados.
- La cultura juega un papel importante en la recreación de las ciudades como espacios seguros que inculcan en sus habitantes, un sentido de responsabilidad y pertenencia.
- La cultura no sólo representa un potencial económico para la creación de riqueza como fuente de empleo, ingresos y divisas para las exportaciones, sino también, es un catalizador para un desarrollo más amplio, equilibrado e inclusivo y de bienestar.
- La diversidad cultural es patrimonio de la humanidad; por lo que debe valorarse y preservarse en provecho de todos. Es una fuente de intercambios, innovación y creatividad, tan necesaria para el género humano, como la diversidad biológica lo es para la naturaleza.
- Las industrias culturales refuerzan el diálogo identidad, creatividad e intercultural, a nivel local, nacional y regional, y representan un punto de apoyo para impulsar la acción social y un catalizador de la creatividad humana (Sela, 2011).

Figura 2.1 Las industrias creativas y culturales

Fuente. UNCTAD-Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2008)

La importancia de las industrias culturales proviene de su capacidad para generar riqueza a partir del conocimiento del intelecto cultural del ser humano.

En un contexto global, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo UNCTAD (2008), en su reporte de industrias creativas, mencionó que aquellas relacionadas con las actividades culturales “se encuentran entre los sectores más dinámicos de la economía mundial y ofrecen nuevas oportunidades de alto crecimiento para los países en desarrollo”. Según la UNCTAD, mientras que la economía mundial durante el 2008, presentaba los primeros signos de fatiga, de hecho, el comercio mundial disminuyó el 12 por ciento, las transacciones de bienes y servicios creativos

continuaron su expansión, llegando a \$ 592 mil millones, lo que reflejó una tasa de crecimiento anual del 14 por ciento entre 2002-2008. Esto quiere decir que las industrias culturales exportaron durante el 2008, 592 mil millones de dólares, es decir, más del doble de la cantidad lograda en el 2002. (267 mil millones de dólares).

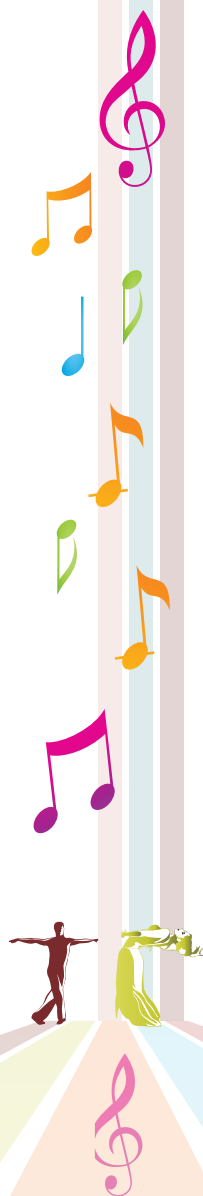
De acuerdo con el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe SELA, “Durante el 2011, la participación de los países desarrollados disminuyó del 67,5% al 64,3%, e incluso China (el mayor exportador mundial individual) disminuyó de 21,7% a 20,5%. De esta manera, la participación de los restantes países en desarrollo, con excepción de China, aumentaron las exportaciones mundiales de bienes y servicios creativos del 9,7% al 12,9%. En 2002, América Latina participó con el 9,7% de las exportaciones de bienes y servicios creativos de todos los países en desarrollo. Este número descendió al 8.8%, en 2008, debido a una disminución sustancial de las exportaciones de México”.

En relación con el continente asiático, el SELA (2011) haciendo referencia al reporte de la UNCTAD, sobre las industrias creativas, menciona que China, lideró las exportaciones de las industrias creativas. Entre los países de América Latina y África, Brasil y México están en el nivel de los principales exportadores de los países en vías de desarrollo (salvo China). Países como India y Corea, exportaron, durante el 2008, 14.34 mil millones dólares y 6.11 mil millones de dólares, respectivamente. Según cifras de la UNCTAD (2010) América Latina exportó, durante el 2008, 17.36 mil millones de dólares en bienes y servicios culturales. Cuatro países de la región superaron el billón de dólares en este tipo de exportaciones: Brasil (7.55 mil millones), México (5.25 mil millones), Argentina (1.55 mil millones) y Colombia (1.09 mil millones).

Las cifras antes mencionadas muestran la importancia del desarrollo de las industrias culturales en el continente y especialmente, en América Latina.

Al respecto, en relación a las industrias culturales en América Latina y el Caribe, la UNESCO pone de relieve las siguientes características:

- América Latina y el Caribe es una región muy heterogénea que presenta diferencias sustanciales en la producción a gran escala, el movimiento, las condiciones de acceso y el tamaño de los mercados por países, regiones y grupos socio-culturales dentro de un territorio.
- Las formas de integración de las actividades culturales en los mercados son muy variadas respecto a un desarrollo más uniforme significa que en Europa o Canadá. Una proporción significativa de las actividades culturales tienen lugar en el contexto de los espacios informales o poco estructurada.
- Las industrias culturales se concentran en unos pocos países, en particular en sus ciudades capitales. La producción audiovisual está limitada a un pequeño número de industrias ubicadas en las principales ciudades de Argentina, México, Brasil, Colombia y Venezuela.
- Hay situaciones muy desiguales sobre los marcos regulatorios para las industrias culturales, y no todos los países han tomado medidas o cuentan con órganos específicos.



Como lo mencionan Jaramillo, Bernal y Carmiña (2007), estudios realizados en el Convenio Andrés Bello, por German Rey, relacionan la cultura con la economía así:

- El crecimiento sostenido de la inversión en sectores culturales, el cual es de suma importancia para algunos países, en términos de comercio exterior, ha demostrado dinamismo en sectores como la industria audiovisual, y editorial fonográfica.
- La creación cultural se ha vinculado con avances tecnológicos, generando un crecimiento en las modalidades de sus productos, articulando diferentes medios, llegando a grandes públicos y variando sus mercados. Este crecimiento y mayor campo de acción, ha tenido un efecto positivo en el crecimiento del PIB.

2.6 Las industrias culturales en Colombia y su marco normativo

Una primera aproximación a un marco normativo sólido se estableció con la Ley General de Cultura en 1997. la cual reconoció la cultura como un derecho de carácter universal, lo que implicó a su vez el establecimiento de los términos de financiación y gasto social por parte de Estado colombiano. Así mismo, se caracterizó el sector cultural como un sector productivo, capaz de crear desarrollo económico en el país, partiendo del crecimiento y del empleo generado por las distintas manifestaciones culturales que se desarrollan en el país. Esta condición económica permitirá generar condiciones de equidad, para el entorno de la sociedad que propicia dicha manifestación.

El Plan Nacional de Cultura 2001-2010 “Hacia una ciudadanía democrática y cultural”, menciona la doble vía de la cultura: universal y económica, en tanto que el Ministerio de Cultura de Colombia hace referencia directa a las industrias culturales como creadoras de nuevas expresiones y símbolos, y como generadoras de canales de comunicación que tejen la red de significaciones de la sociedad².

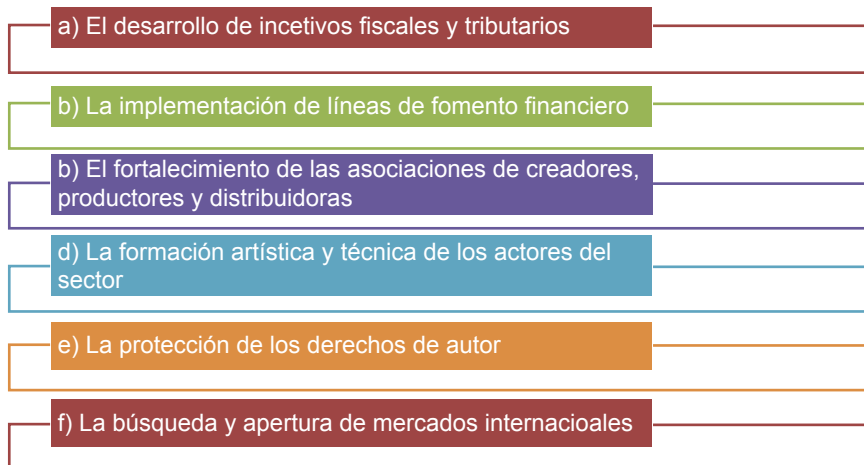
El Plan Nacional de Cultura creó una agenda intersectorial entre economía y cultura, estrategias de impulso a las industrias culturales. Este desarrollo tiene por objetivo relacionar políticas sociales y en el ámbito económico para que se generen procesos de emprendimiento a nivel micro, pequeñas y medianas empresas, el diseño de líneas especiales de crédito, la implementación de programas de capacitación empresarial, el incentivo a las experiencias exitosas, la creación de viveros e incubadoras empresariales especializadas en el sector.

El Departamento Nacional de Planeación DPN, ha generado varios documentos CONPES³ que propenden por el desarrollo de las industrias culturales. entre ellos, el 3162 de 2002 “*Lineamientos para la Sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001-2010*”, que caracterizó a las industrias culturales como vehículos del diálogo intercultural, del conocimiento, la creatividad, la información, los procesos educativos, el entretenimiento y la construcción de sociedades más democráticas (DNP, 2002). Los elementos más importantes se desarrollan así:

² Ver: <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=26002>.

³ Consejo Nacional de Política Económica y Social. República de Colombia. Departamento Nacional de Planeación

Figura 2.2 Elementos de política para el impulso de las Industrias Culturales



Fuente. DNP (2002).

Por otro lado, el “Plan para las artes 2006-2010”, desarrolló como objetivos “el reconocimiento de las prácticas artísticas como factor de desarrollo sostenible, de renovación de la diversidad cultural y principio de la ciudadanía cultural (Ministerio de Cultura, 2005). Como tal, la economía creativa se ha incluido como uno de los principios del enfoque sobre el cual se erigen las estrategias y acciones de la política pública para las artes, en cuanto se manifiesta que el desarrollo profesional de las vocaciones y talentos artísticos es un derecho que implica la consolidación del arte como un subsector socio-económico con características específicas. Para ello se ha planteado articular las políticas culturales con las demás políticas económicas de fomento, haciendo mención explícita de la legislación que promueve el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas, atendiendo las necesidades y las

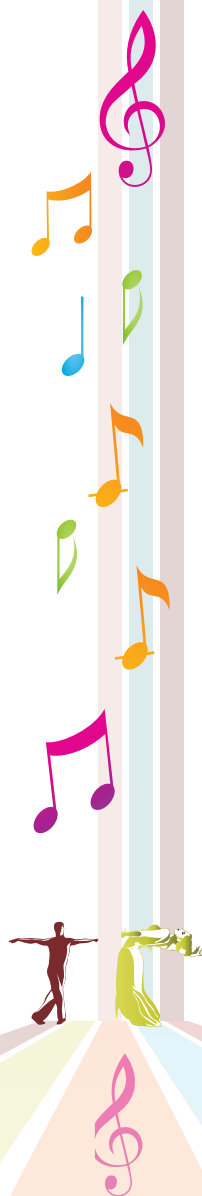
particularidades del sector con el propósito de mejorar la calidad de vida de los artistas y demás agentes que conforman este campo⁴.

La ley 1014 Fomento a la Cultura del Emprendimiento, por otra parte, crea las responsabilidades institucionales entorno a la promoción de los vínculos entre la formación, el emprendimiento y el sistema formal de educación. El Ministerio de Cultura (2002), señala que estos mecanismos, se establecieron, para facilitar la creación de nuevas empresas articuladas con las cadenas y clúster productivos relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo.

Del mismo modo, El Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010 Estado Comunitario: Desarrollo para todos, generó una política de competitividad y productividad basada en el proceso de agenda interna. En este sentido, El Ministerio de Cultura, menciona en su informe sobre el marco normativo de la industria cultural en Colombia, que el Ministerio de Educación Nacional (MEN) lideró la construcción de la agenda interna para el sector cultura medios y publicidad, en concertación con varios de actores privados del campo cultural, recogiendo las demandas y apuestas del sector y proponiendo una respuesta institucional orientada a hacer frente a los retos que plantea en términos de política pública el desarrollo de las industrias culturales en el país.

Según el DNP (2010), La Ley 1185 de 2008, modificatoria integral de la Ley General de Cultura establece mecanismos para la conservación y salvaguardia del patrimonio cultural

⁴ Para ampliar esta información ver: <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=26002>.



material (ejemplo: sitios históricos) e inmaterial (carnavales, espectáculos) en los planes de ordenamiento territorial, en los planes de turismo y contempla además, esquemas de concertación público-privadas para incentivar al empresariado a participar en los programas de conservación. En el país se llevan a cabo más de mil festivales con apoyo del Programa Nacional de Concertación, se han declarado 44 centros históricos y más de mil Bienes de Interés Cultural (BIC) en el ámbito nacional, apoyados por el Estado, en cogestión e iniciativa privada.

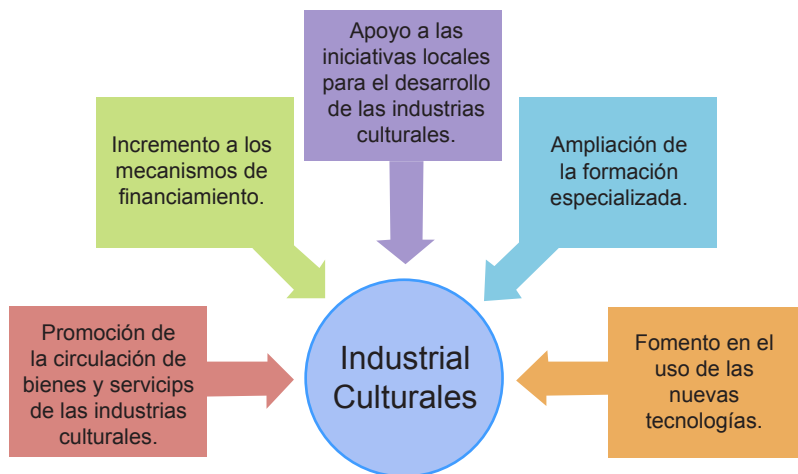
Recientemente, el Conpes 3533 recomendó al Ministerio de Cultura desarrollar un plan de fortalecimiento de las industrias culturales, mediante la facilitación de su acceso a las políticas de fomento al desarrollo productivo existente, y a través de programas de formación empresarial que incluyan el tema del derecho de autor y los derechos conexos. En este documento se determinaron tres aspectos estratégicos culturales:

- Fortalecimiento de los procesos de creación de contenidos propios competitivos.
- Desarrollo y fortalecimiento de la producción y distribución de bienes y servicios culturales.
- Fortalecimiento de los procesos de internacionalización.

En la misma línea, el propósito principal que plantea el documento CONPES 3659 de 2010 “Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia” “tiene que ver con el aprovechamiento del potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacionales, y alcanzar elevados niveles

de productividad”. Así mismo en “cinco líneas estratégicas orientadas a superar los obstáculos identificados en la esfera de la circulación de bienes y servicios de las industrias culturales -especialmente para las empresas de menor tamaño del sector-, y a ampliar el acceso al financiamiento y a los instrumentos públicos de desarrollo empresarial”. Enfatiza también en el componente de formación del capital humano de la industria y en la promoción del uso de nuevas tecnologías”.

Figura 2.3 Estrategias de política para las Industrias Culturales: CONPES 3659(2010)



Fuente. CONPES 3659, 2010.

Los lineamientos establecidos DNP(2010) y mencionados anteriormente, en relación con las industrial culturas, propenden por el desarrollo de la cultura como fuente de creación de empresas y emprendimiento en Colombia. Sin embargo, el sector todavía presenta grandes retos para su desarrollo. Por esta razón, es necesario medir los efectos de la industria cultural.

En este sentido, el Ministerio de Cultura y el Convenio Andrés Bello, en un informe para el Banco Interamericano de Desarrollo de diagnóstico del sector de industrias culturales presentaron una recopilación de información y conceptos en estudios de y algunos conceptos que menciona la Agenda Interna de Productividad y Competitividad en el sector de cultura, publicidad y medios en Colombia. Estos resultados presentan las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que tiene el sector de industrias culturales⁸:

- **Características de las industrias culturales**

- ◇ En muchos casos están vinculadas a una ubicación específica; consecuentemente pueden crear trabajos sostenibles que sean menos susceptibles a las fluctuaciones de la economía respecto a los empleos en sucursales o fábricas de grandes compañías multinacionales.
- ◇ Son más intensivas en mano de obra que en capital y por lo general emplea trabajadores creativos, altamente especializados y con alta remuneración.
- ◇ Tienden a ser respetuosas por el ambiente.
- ◇ Tienden a estar muy interconectadas dentro de ciudades o regiones.

⁸ Tomado del documento preliminar de “Diagnóstico del sector de industrias culturales” es una recopilación de información y conceptos realizados en estudios del Ministerio de Cultura y el Convenio Andrés Bello, un informe del Banco Interamericano de Desarrollo que publicó en septiembre de 2007, tomado de Coalición regional de Servicio.

- ◇ Tienden a estar basadas en conocimientos locales tácitos -por ejemplo, un estilo o un sonido- que no son accesibles globalmente.
 - ◇ Los productos de las industrias culturales fluyen a través de las fronteras nacionales con relativa facilidad, siendo vendidos en los mercados locales e internacionales.
 - ◇ Genera externalidades positivas, pues contribuyen a la calidad de vida en los lugares donde están presentes y realzan la identidad cultural, la imagen y el prestigio del área.
 - ◇ Son flexibles y pueden encontrarse en una amplia gama de escenarios.
 - ◇ Pueden tener un papel crítico en la promoción de la cohesión social y de sentido de pertenencia.
- **Debilidades**
 - ◇ Falta de estadísticas y mediciones confiables o abiertas al conocimiento público, sobre las inversiones, producción y consumo en los principales productos y comercialización cultural. A nivel Latinoamericano en general, no existen cuentas satélites en los sistemas de cuentas nacionales para la medición de las industrias culturales.
 - ◇ No existen políticas públicas dirigidas a las industrias culturales.

- ◇ Desconocimiento de la oferta y la demanda del mercado de las industrias culturales.
- ◇ Falta de claridad a la hora de clasificar los productos y servicios del sector. No hay homologación.
- ◇ Tiene una naturaleza multisectorial.
- ◇ Tienen nivel de capacidad de gestión, dado que los empresarios culturales suelen ser artistas y necesitan desarrollar una combinación entre habilidades creativas y de negocios.
- ◇ Hay una ausencia de crédito financiero para los empresarios de industrias culturales, ya que no existen líneas especiales y en su mayoría las empresas de este sector son micro, pequeñas y medianas empresas.
- ◇ Tiene enormes dificultades para llegar a otros mercados. A pesar de que se pueden producir no se tienen facilidades de distribución y venta. Además las grandes compañías multinacionales se quedan con la parte más grande del mercado.

- **Fortalezas**

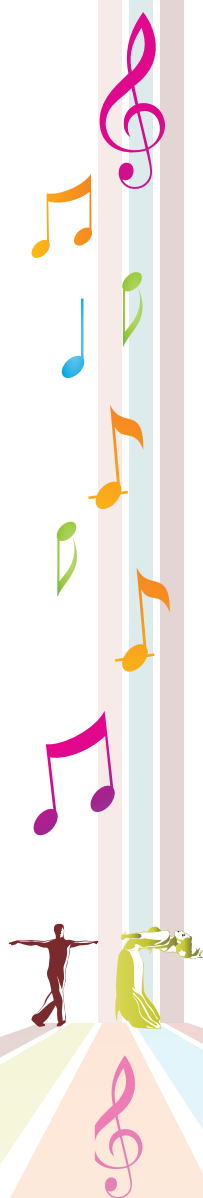
- ◇ Tiene un alto poder económico por la diversidad, la identidad, la memoria y la participación social.
- ◇ Es un sector globalizado que rompe fronteras.
- ◇ Tiene grandes conglomerados con gran capacidad financiera que les permiten generar económica de

escala y ser muy competitivos en los mercados. Por ejemplo: cine, televisión, productoras, editoriales, fonográficas, periódicos)

- ◇ Son más intensas en mano de obra, que en capital y emplea personas altamente especializadas, creativas y bien remuneradas.
- ◇ Contribuyen a mejorar la calidad de vida de las personas.
- ◇ Existe un alto nivel de calidad en toda la cadena de producción, una tradición de producción original y la presencia de actores de alto nivel.

- **Oportunidades**

- ◇ La industria cultural es un sector con altos índices de crecimiento entre 1980 y 1998 creció el 300% a nivel mundial.
- ◇ Hay una gran variedad de nichos de mercado por la diversificación del sector.
- ◇ El posicionamiento que tiene Colombia en el sector editorial y fonográfico.
- ◇ Aún existe la posibilidad de generar estrategias conjuntas que permitan apoyar el sector de industrias culturales, tanto a nivel nacional como internacional.
- ◇ Son flexibles y pueden encontrarse en una amplia gama de escenarios.



- ◇ Son sostenibles, respetuosas del medio ambiente y requieren poca inversión en nuevas infraestructuras.
- ◇ Colombia incluyó como sector estratégico en la Agenda interna para la Productividad y la Competitividad, el sector cultura, publicidad y medios.
- ◇ Se definió la visión del sector: las industrias culturales de Colombia tendrá en diez años, una participación de 10% del producto interno bruto. En el año 2001, dicho sector representaba tan sólo el 1,67%.

- **Amenazas**

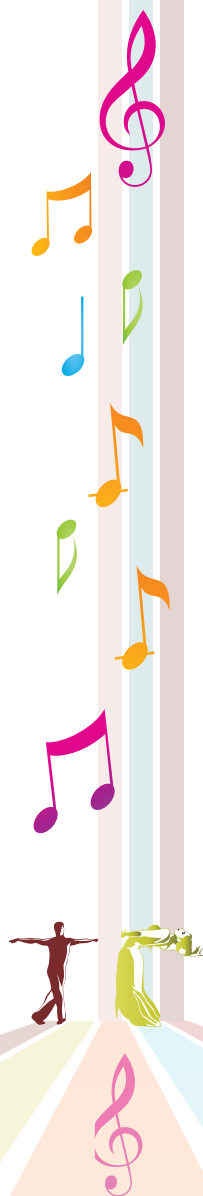
- ◇ El sector de industrias culturales se encuentra amenazado por la piratería.
- ◇ La alta inversión extranjera de grandes empresas en las industrias culturales, se traduce en la personada de beneficios económicos y de identidad.
- ◇ Para el gobierno nacional no es un tema importante en la agenda, al que solo se le asigna el 0,11% del presupuesto nacional.
- ◇ Las políticas en el sector se han concentrado por muchos años en la producción y subsidios de bienes y servicios, sin pensar realmente en el mercado.
- ◇ El tratamiento que se le da a las industrias culturales en los reglamentos de comercio exterior, ya que estas pueden afectar la producción local o proteger excesivamente los beneficios económicos que resultan del comercio internacional.

2.7 De las industrias creativas y culturales a las fiestas tradicionales

Las industrias creativas y culturales insertan parte de la lógica de los mercados en los momentos y tiempos de las fiestas tradicionales, y lo hacen utilizando diferentes conexiones formales o semiformales, que tienen como resultado inalienable, la conexión de la celebración local con un mundo más extenso, o incluso con la globalización en ejercicio.

Industrias creativas como la media interactiva, o culturales como los audiovisuales tienen la facultad de conectar en tiempo real, y para un espectador global, el acto de celebración local, expandiendo más que nunca los alcances funcionales de representación, identidad, diversidad y demás propósitos simbólicos y de referencia cultural. Y esta capacidad de exponer el evento cultural de la festividad, junto con el poderoso y cautivante efecto que tiene las diversas formas de celebración humana en la siquis del público expectante, hace que la interacción de las industrias culturales y las festividades tradicionales confluyan en una serie de otras instancias, como por ejemplo, industrias con lógicas eminentemente mercantilista, el caso de la industria del turismo, las bebidas y alimentos; o instancias de proselitismo político, entre otros, intereses paralelos.

A priori la confluencia de intereses no autóctonos en los momentos y tiempos de la celebración tradicional local, no implica una amenaza para la pérdida de su naturaleza. Por el contrario, se podría esperar que esta comunión facilite los procesos de conservación y promoción de la diversidad de la fiesta en el acervo cultural de una sociedad, y en general de la humanidad.



Las ventajas de la introducción de las lógicas de las industrias creativas y culturales en las festividades tradicionales, pueden llegar en tres formas, entre otras: al aportar una capacidad de gestión formal para los procesos previos, durante y posteriores a la realización de la fiesta; constituir una importante fuente de financiación y expandir el alcance espacial y temporal de la fiesta. Estas dos últimas derivadas de la primera.

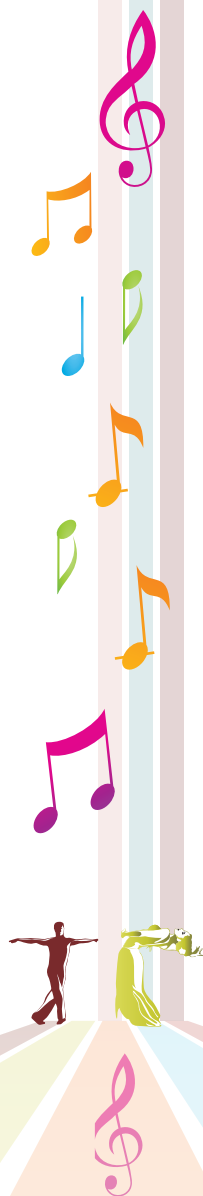
El contar con una capacidad de gestión formal, tiene la virtud de ser una de las principales estrategias a las que se pudiera apelar para asegurar el resguardo y promoción de las fiestas populares. Esto es así, toda vez que se considera que las industrias creativas y culturales operan mediante unidades organizacionales que transmiten toda la lógica de las empresas comerciales al mundo de lo simbólico cultural, lo que implica que la imperante necesidad de permanecer y crecer, que impulsa las empresas en un entorno de mercado competitivo, son las mismas que rigen el sentido de las organizaciones culturales, con o sin ánimo de lucro.

Las variables de eficiencia, eficacia y generación de valor que están en el centro de las preocupaciones de las empresas que operan de lleno en el mercado, son acercadas por las industrias culturales al contexto de lo simbólico cultural, a través de los acuerdos funcionales que se establecen desde estas, y hacia la organización de la fiesta popular. La necesidad de permanencia de la organización formal de las industrias culturales, juega así mismo a favor de una estabilidad en las condiciones básicas que periódicamente demanda la celebración popular, incluyendo aspectos tan variados como el desarrollo de presupuestos, con uno o más años de anticipación, la selección adecuada de recursos y fuentes, el anticipo de eventuales contingencias,

el diseño de estrategias de promoción y posicionamiento del evento, entre otras, muchas ventajas que supone la gestión organizacional.

De hecho, es usual encontrar que muchas de las fiestas tradicionales y populares de diferentes comunidades han alcanzado un alto grado de formalización a través de la instauración de sistemas institucionales que velan exclusiva y permanentemente por el resguardo y promoción de las fiestas. Muchas entidades civiles, privadas y públicas surgen alrededor de carnavales, ferias y fiestas de carácter local y periodicidad anual, con el único objetivo de garantizar la continuidad de la manifestación social, para lo cual asumen roles como agentes culturales, de catalizadores de los flujos de financiación, promoción y difusión, entre otros.

Sin embargo, y bajo ciertas circunstancias, los diferentes intereses encontrados en el tiempo y lugar de la fiesta tradicional popular pueden entrar en conflicto y amenazar las condiciones tradicionales y originales del evento cultural de la celebración, o peor aún, terminar socavando la función social original que la fiesta tiene sobre sus actores y participantes. Por ejemplo, los intereses comerciales y habilidades de gestión de industrias complementarias, como la del turismo o bebidas y alimentos, que ganan participación y voto en la organización de una fiesta popular, vía financiaciones o donaciones para su celebración; estas pueden terminar aliando las formas y modos de la celebración a formas estandarizadas globalmente para que sean compatibles con un público más amplio de espectadores turistas, a costa de la pérdida gradual de la función de descarga cultural de auto-representación del pueblo festejante, convirtiendo un activo inmaterial cultural, en un



mero acto de entretenimiento, en función de una o varias entidades comerciales.

Establecer los límites que la anterior dificultad plantea es fundamental para el resguardo y promoción de las fiestas populares, tanto como lo es, la incorporación de estrategias formales y sofisticadas que mejoren las posibilidades de salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial de los pueblos. Este aspecto se discute con mayor detalle en el siguiente apartado.

2.8 Gestión, financiación y conflicto de las celebraciones tradicionales populares

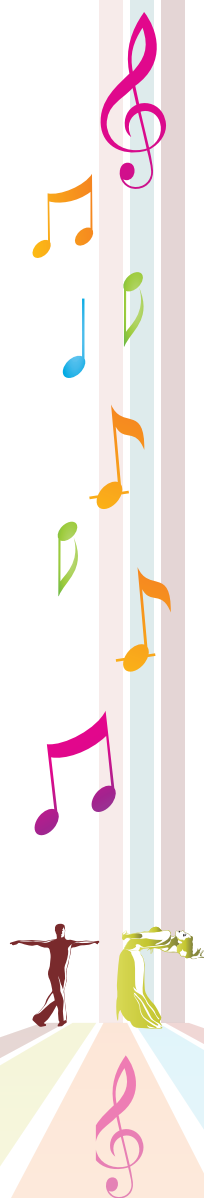
García (1989) describe brevemente el panorama en el que se inscribe la celebración de las fiestas tradicionales populares en Latinoamérica al comentar que “la evolución de las fiestas tradicionales, de la producción y venta de artesanías, revela que estas ya no son tareas exclusivas de los grupos étnicos; ni siquiera de sectores campesinos más amplios, ni aún de la oligarquía agraria; intervienen también en su organización los ministerios de cultura y de comercio, las fundaciones privadas, las empresas de bebidas, la radio y la televisión. Los hechos culturales *folk* o tradicionales son hoy el producto multideterminado de actores populares y hegemónicos, campesinos y urbanos, locales, nacionales y transnacionales” (García, 1989).

La participación del Estado es quizás la más trascendental dentro de las fiestas populares, pues este hace las veces de garante de su estatus de activo cultural inmaterial, a la vez

que pone en ejecución una serie de mecanismos de política y financiación que apoyan el resguardo y promoción de la celebración popular. Sin embargo, tal participación implica una forma específico en las redes de relaciones jerárquicas y funcionales entre los empleados públicos, los dirigentes y la tradicional comunidad festejante, cambiando la estructura de anteriores acuerdos entre los diferentes sectores de la sociedad local, y en muchas de las veces, estableciendo terrenos donde proliferan los incentivos de clientelismo, padrinazgos políticos y en general, sentidos de proselitismo impulsados por la promesa o el hecho de una determinada financiación u otro tipo de apoyo para la celebración de la fiesta.

Por su parte, el sector privado, ya sea que se inscriba dentro de la industria creativa y cultural, o dentro de industrias complementarias como la del turismo o la de alimentos y bebidas, tiene la facultad de ejercer un importante control sobre los procesos de organización de las festividades, gracias a su capacidad de financiación y coordinación, lo que las faculta para afectar positiva o negativamente en las funcionalidades mismas de las festividades.

Estos nuevos actores desplazan los roles que anteriormente estaban en manos de personas acomodadas de la región que por un impulso de altruismo o de cierta vanidad social y necesidad de reconocimiento se encargaban de buena parte de la financiación y promoción del evento, pero que sobre todo, lo hacían inmersos completa y necesariamente, desde las expectativas y lógicas autóctonas de las fiestas populares, pues ellos mismos, constituían parte de la amalgama social y del imaginario colectivo local que encarna la motivación original de la celebración, situación que no necesariamente tiene que darse desde actores externos al ámbito regional.



La mercantilización de la celebración de la fiesta cultural, puede socavar los elementos de identificación que guarda coherencia con la expectativa de los celebrantes originarios a favor de un proceso de entretenimiento al turista que opera más por lógicas y maniobras meramente mercantiles, desvirtuando la esencia de la función de identidad de la celebración. El reto está en financiar mediante estrategias que involucren el mercado, pero sin sacrificar la función original del patrimonio inmaterial, esto es, mercado en función de la cultura (identidad y diversidad cultural, etc.) y no viceversa, en donde lo patrimonial inmaterial se subordina a lo económico. Aquí lo que se juega es la apropiación social de una riqueza cultural, no el ajuste de costumbres festivas a los estándares impuestos por la lógica del turismo global. Las fiestas son primero que todo una necesidad profunda del pueblo que la encarna, que la celebra y dota de significado.

Estos aspectos toman mayor importancia al observar la forma gradual en que el concepto de patrimonio cultural se ha venido asimilando en las legislaciones de los países de la región al concepto de recursos culturales, donde estos quedan inscritos en la lógica de las cadenas productivas de industrias como el turismo. Estas dinámicas se presentan como elementos estratégicos para potenciar los efectos de las festividades en un contexto económico y social, pero guarda las amenazas de desarticulación con los objetivos propios de las festividades antes mencionados.

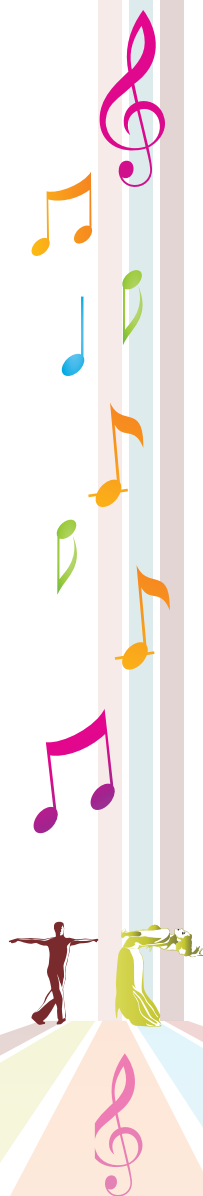
La potencial desarticulación del momento festivo en respuesta a efectos de clientelismo político, intereses comerciales y otros problemas emergentes, hace que el desarrollo de estructuras organizacionales formales tome toda la relevancia, pues es a través de estas, que la idiosincrasia propia de un

pueblo y su sentido de pertenencia manifestado en la celebración de la fiesta popular se pueden resguardar adecuadamente ante a partir de negociaciones y acuerdos adecuados con las demás entidades del Estado o comerciales que intervienen en el proceso.

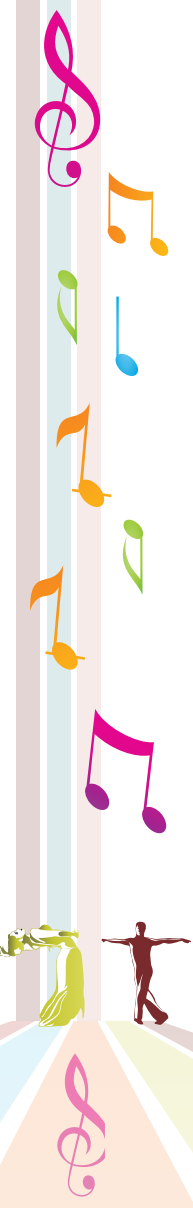
El diseño y puesta en marcha de una estructura organizacional autóctona cuya función sea la de resguardar y promover una o varias festividades tradicionales populares, implica necesariamente la adopción de prácticas gerenciales y organizativas que lo hagan posible, pero que además, sean capaces de sincronizar y armonizar las lógicas del mercado con lo simbólico cultural del festejo tradicional, y cuente además con las herramientas necesarias para sortear los retos que implica la negociación con otros grupos de interés como el Estado y la empresa privada.

En este espacio se recomienda establecer estrategias gerenciales mixtas, y debidamente diseñadas, que soporten esta suerte de intereses encontrados, muchas veces contrarios. Dentro de las herramientas de gestión para las industrias culturales, se encuentran los esfuerzos desarrollados por el grupo de investigación en Cultura y Gestión de la Universidad EAN, que propone un Modelo de Modernización de la Gestión Organizacional para las industrias culturales MMGO®-Cultural, el cual incorpora los factores críticos que las organizaciones culturales deben tener en cuenta para incrementar sus posibilidades de éxito en sus más altos objetivos misionales y desde luego, comerciales como los de permanecer y crecer.

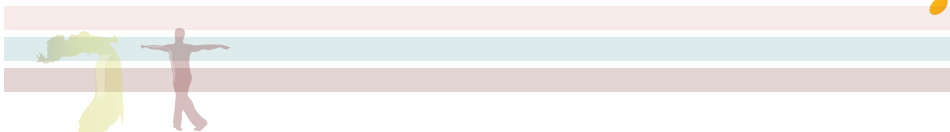
Los esfuerzos de marcos teóricos y prácticos de propuestas como el MMGO®-Cultural de la Universidad EAN, buscan armonizar funcional y prácticamente las mejores prácticas de la



gestión moderna de organizaciones, con la necesaria sensibilidad y supra visión del mundo de lo simbólico cultural, en propuestas eclécticas que aprovechan los mejores aspectos de cada cual, pero depurando los conflictos que pueden surgir de su encuentro. Este tipo de iniciativas deben servir para potenciar el resguardo y promoción de las festividades tradicionales populares, sin sacrificar su función social original, además de garantizar y estabilizar un flujo de financiación proveniente de entidades del Estado o privadas.

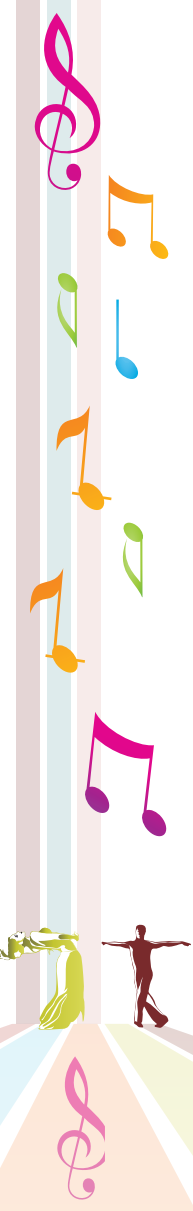


CAPÍTULO 3



Los festivales como evento económico

Por: Javier Andrés Machicado
María Andrea Mordó



Introducción

Los festivales, en un contexto como el colombiano, hacen parte permanentemente de nuestra realidad. Hay fiestas religiosas, fiestas paganas, carnavales. Hay todo tipo de festivales artísticos, de teatro, étnicos y gastronómicos. Hay ferias artesanales, editoriales y mercados musicales. Congregan a miles de personas, movilizan el sentimiento de pueblos pequeños y grandes ciudades y, por supuesto, impactan sus economías.

Es este último aspecto de los festivales, desde el entendimiento de la ciencia económica, que trata este capítulo. En primer lugar, se abordan algunas características económicas particulares de los festivales; segundo, se describe el funcionamiento de la oferta y la demanda de estos eventos; finalmente, se aborda lo relacionado con los impactos económicos que generan los festivales sobre las economías locales.

3.1 Algunas características económicas de los festivales

Los festivales han sido analizados desde hace pocos años por la ciencia económica. Algunas de sus características llevan a entenderlos como fenómenos particulares, diferenciados del comportamiento de los bienes y servicios más comunes en la economía (Fernández).

Los festivales son un ejemplo de lo que la economía ha identificado como actividades que conducen a la enfermedad de los costos de Baumol. Los costos de producción de un festival, que van de la mano de la utilización intensiva de mano de obra artística, se incrementan en términos relativos con respecto al resto de la economía con el paso del tiempo. Esta mano de obra, además, es muy difícil de reemplazar con tecnología. O, muchas veces, no es deseable reemplazarla con aparatos, pues esto puede ir en contra de la calidad de los productos que se presentan en el festival. Esto hace que cubrir dichos costos, que crecen con relación al resto de sectores que sí implementan mejoras tecnológicas, sea una tarea cada vez más difícil. La solución se suele encontrar en cobros por entradas cada vez más altos y en subsidios públicos importantes para el sostenimiento de estas manifestaciones.

También se ha argumentado que los festivales, como vehículos de preservación y difusión del patrimonio cultural, pueden generar externalidades positivas para una comunidad, pues aportan beneficios a la sociedad y a individuos particulares, adicionales a los que se dan en la transacción privada entre oferente y demandante. Esta y la enfermedad de costos, suelen esgrimirse como los principales argumentos para la intervención pública en la financiación de los festivales.

Así mismo, el consumo que realiza un asistente a festivales gratuitos y masivos no reduce las cantidades disponibles para el resto de personas. En esta medida, algunos festivales presentan características similares a los bienes públicos y semipúblicos de la economía.

Por otra parte, la satisfacción y el disfrute que obtiene un asistente de un festival se genera por las características inmateriales

y el conjunto de valores inherentes a las actividades del evento. Por el contrario, no reportan utilidad los bienes físicos utilizados para llevarlas a cabo. Una forma de ilustrar este fenómeno es que quien asiste a un festival obtiene utilidad de la experiencia musical generada por artistas que utilizan una serie de objetos materiales, como instrumentos, amplificadores y equipamientos, que en estricto sentido y por sí solos, no le generan utilidad alguna al público.

Por último, los asistentes o consumidores de las manifestaciones que ofrece un festival, tendrán una inclinación o disfrute mayor por estas manifestaciones con cada festival adicional asistido. Se aprende a disfrutar y a valorar en la medida en que se asiste a estos eventos. Es decir, la utilidad marginal generada en el consumo de festivales es creciente, al contrario de lo que pasa con el consumo de la mayoría de bienes y servicios en una economía. En otras palabras, entre más asista un individuo a festivales, más querrá seguir haciéndolo.

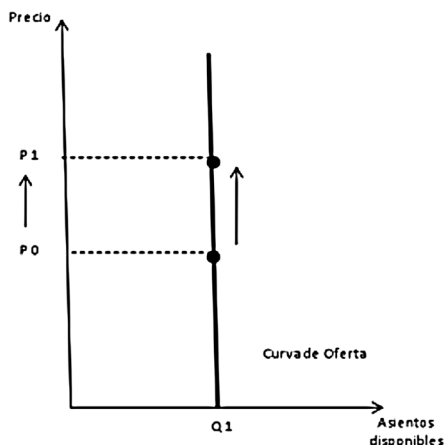
3.2 La oferta y la demanda de festivales

En cuanto a la oferta de los festivales, por lo menos dos características hacen que la curva de oferta sea inelástica en el corto plazo. Es decir que las cantidades de presentaciones ofrecidas en el festival varían muy poco con respecto a variaciones en el precio que se cobra por ellas. Esto se explica en medida, porque la disponibilidad de actividades del festival está limitada por el número de escenarios y asientos disponibles para celebrar el evento. Segundo, la oferta en el corto plazo es fija debido al número limitado de presentaciones

o eventos contemplados en una programación que debe ser fijada con mucha antelación.

Es verdad, sin embargo, que en el largo plazo la oferta podría aumentar y desplazarse hacia la derecha, debido a inversión en nueva infraestructura que permita tener mayor disponibilidad de asientos. O en el aumento de la programación de los eventos.

Figura 3.1 Curva de oferta de festivales



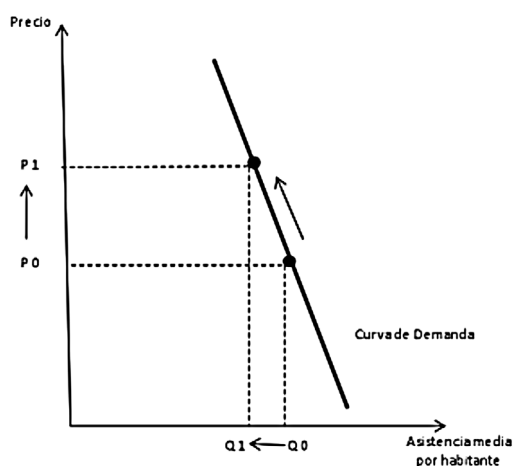
Fuente. Elaboración propia.

Como cualquier bien en la economía, la demanda por los festivales tiene una relación inversa entre el precio y la asistencia del público. Sin embargo, algunos estudios reflejan que por lo general esta relación no es proporcional. Ante un incremento en el precio de entrada a las actividades de los festivales, la asistencia del público suele caer menos que proporcionalmente. Esto se debe al tipo de producto ofrecido en un festival: especializado, de calidad, minoritario, muchas veces insustituible, que lleva a admitir que hay una sensibilidad menor frente a cambios en el precio.

En cuanto a la relación de la asistencia del público y los ingresos de los consumidores, se evidencia una relación positiva, lo cual significa que en el largo plazo ante una mayor disponibilidad presupuestal por parte de cada asistente, la cantidad de espectáculos a los que asistirá será mayor.

Adicionalmente, es importante considerar una situación en la que no existe un costo de entrada al evento cultural (festivales gratuitos). En ese caso, la curva de demanda se comportará de un modo diferente ya que el precio será igual a cero y la asistencia será tanta como los individuos interesados en asistir, dada la disponibilidad de puestos y asientos.

Figura 3.2 Curva de demanda de festivales



Fuente. Elaboración propia.

Por último, hay factores que pueden incidir en la oferta y demanda de festivales, entre ellos se cuenta el fomento público a la realización de los festivales que normalmente se hace a través de financiación directa, así como las donaciones y patrocinios de diferentes agentes privados o empresas. Estas

fuentes de financiación pueden disminuir el precio de venta de las entradas al festival y permiten que se dé una mayor cobertura de público. Además, la financiación suplementaria puede ser utilizada para incrementar la cantidad y calidad de los eventos o puede ser invertida en la ampliación y mejora de los espacios e infraestructura para la realización de las actividades.

Dos fenómenos adicionales que afectan la demanda en el largo plazo son el incremento en los ingresos de la población o la reducción en costos de asistencia. En cuanto a la oferta, se identifican la reducción en costos y procesos de la organización y la disminución de restricciones tales como impuestos o los requerimientos legales.

3.3 El impacto económico de los festivales

La realización de un festival puede generar impactos económicos positivos en la economía de la zona o municipio donde se realiza, relacionados con el aumento en los ingresos de los agentes económicos en esa región como con la generación de nuevos empleos. Se plantean tres tipos de efectos que arrojan los flujos monetarios derivados de la actividad económica del festival: directos, indirectos e inducidos.

3.3.1 Efectos directos

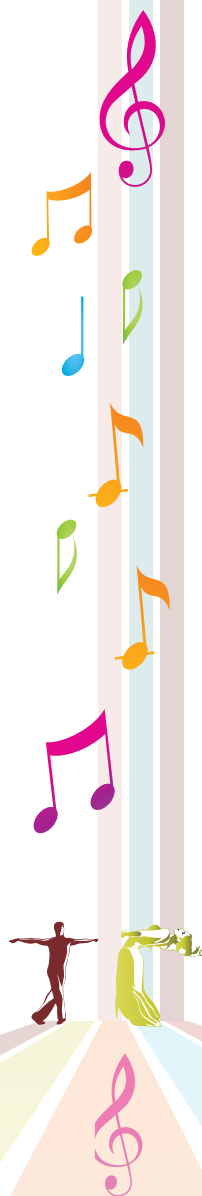
Los efectos directos son aquellos beneficios sobre la economía local generados por los gastos efectuados por la organización para el montaje del festival. A través del análisis contable del presupuesto de la entidad organizadora del

evento puede identificarse este gasto. Así, aquellos que se identifican, se clasifican en categorías tales como salarios, administración, gastos en invitados, compras y alquileres de bienes y servicios, etc.

Sin embargo, no todo el gasto del festival se queda en el municipio o área de referencia de la economía local. Lo correcto, aunque no siempre factible, es establecer el destino del gasto realizado por el festival entre proveedores de la economía local y los de fuera del municipio. A partir de esta última clasificación, tomando sólo el gasto sobre proveedores locales, se puede establecer el impacto neto sobre la economía local:

Impacto económico directo = Gasto total de la organización del festival * % de gastos realizados en proveedores locales

Otro aspecto de los efectos directos tiene que ver con los empleos generados por la organización del festival. Al realizar un análisis de su estructura se puede determinar el número que se generó alrededor de la realización del mismo. Normalmente son pocas personas las que se dedican de tiempo completo y a lo largo de todo el año, a la gestión y organización del evento. Lo más usual es que haya un grupo grande de personas cuyo tiempo parcial es empujado desde algunas semanas previas a la realización del festival, hasta otras más, después de su clausura. En todo caso, lo apropiado es distinguir entre los empleos de tiempo completo y los de tiempo parcial y establecer si estos son permanentes o temporales.



3.3.2 Efectos indirectos

Se pueden definir como los gastos que realizan los asistentes como consecuencia de su consumo durante el festival. Estos gastos son realizados en sectores como alimentación, alojamiento, transporte, etc. Regularmente, se estiman estos efectos a través de encuestas al público asistente al evento, en las que se pregunta sobre el nivel de gasto incurrido en distintas actividades relacionadas con el festival.

Sin embargo, hay dos consideraciones que hacer. Primero, la determinación del impacto indirecto en la economía local se realiza preguntando a los asistentes por su lugar de residencia, lo que permite distinguir entre el público local, cuyo gasto no se toma en cuenta en el cálculo, y el no local, cuyo gasto sí se tiene en cuenta.

Esto se debe a que el gasto del público local en las actividades del festival es simplemente una reasignación de la demanda dentro del municipio y no puede interpretarse como una pérdida económica de la región, si el evento no se celebrara.

Por otra parte, no siempre el festival es el único motivo del desplazamiento de los asistentes al lugar donde este se lleva a cabo. Desde el punto de vista metodológico, y con el fin de efectuar un cálculo más estricto y apropiado a la realidad, se han adoptado métodos en los que se pregunta a los espectadores foráneos si el festival es el principal motivo de su viaje, si este es uno de los motivos para asistir a la región, o si el festival no influyó en su decisión de viaje; se le otorga una ponderación diferenciada al gasto de cada uno de los tipos de asistentes, según sea su motivación.

Basado en las dos consideraciones anteriores, el público para la estimación del impacto económico indirecto se define como el número de asistentes no locales cuya motivación principal o una de sus motivaciones es asistir al festival. En el caso de quienes asisten al festival como principal motivo se asigna una ponderación 100%; para quienes el festival representa uno de sus motivos, se asigna una ponderación de 50%; para quienes asisten sin que el festival haya motivado su desplazamiento, se asigna una ponderación de 0%. De esta forma:

$$\text{PNL} = \text{PT} * \% \text{ no locales} * [(\text{100\%} * \% \text{ motivo principal}) + (\text{50\%} * \% \text{ un motivo}) + (\text{0\%} * \% \text{ no motivo})]$$

Donde:

PNL = público para estimación del impacto económico indirecto.

PT = público total asistente.

% no locales = % asistentes no locales.

% motivo principal = % asistentes cuyo motivo principal de desplazamiento es el festival.

% un motivo = % asistentes que se desplazan al festival como uno de sus motivos.

% no motivo = % asistentes para los que el festival no es un motivo de desplazamiento.

Una vez identificado el PNL, se procede a realizar el cálculo del efecto indirecto sobre la economía de la región donde se da lugar el evento, discriminando el gasto efectuado por los asistentes en diferentes actividades realizadas, tales como:

- Entradas a eventos.
- Alojamiento.
- Comidas y bebidas.

- Actividades relacionadas al turismo (entretenimiento).
- Transporte (interno dentro del municipio).
- Compras.

Con la siguiente ecuación se realiza el cálculo del impacto económico indirecto sobre cada actividad económica j (IEI_j):

$IEI_j = i=0 \text{ a } 0N = \text{mayor a } \$100.000 \text{ PNL} * \% \text{ asistentes } i * \text{Gasto promedio } i * \text{Número promedio de días}$

Donde:

i = rango de gastos (0 a 0; 0 a \$20.000; \$20.000 a \$50.000; \$50.000 a \$100.000; mayor a \$100.000)

PNL = público no local

% asistentes = porcentaje de asistentes por rango de gasto

Gasto promedio = gasto promedio diario por persona

Número promedio de días = número promedio de días que los asistentes permanecen en el festival

Finalmente, el cálculo del impacto indirecto total se calcula sumando los resultados del impacto sobre cada una de las actividades económicas (j).

Impacto indirecto total = $j=1 \text{ N}=6 IEI_j$

Donde:

j = actividad económica (1=Entradas a eventos;

2=Alojamiento; 3=Comidas y bebidas; 4=Actividades relacionadas al turismo (entretenimiento); 5=Transporte (interno dentro del municipio); 6=Compras)

IEI_j = impacto económico indirecto sobre la actividad económica j

3.3.3 Efectos inducidos

Los efectos inducidos son derivados de gastos anteriores por medio del concepto del multiplicador, que refleja cómo el gasto directo e indirecto tiene posteriormente repercusiones sobre el tejido económico de la zona. Existen diferentes maneras de abordar el análisis del multiplicador, siendo habitual en los estudios de cultura el uso de los multiplicadores insumo-producto. Este multiplicador refleja las relaciones bilaterales entre todos los sectores de la economía determinando los efectos de una variación de cada uno sobre los demás. Es un análisis desagregado y por sectores, en el que se observan los efectos de cambios en la economía regional. Estos efectos van a depender en gran medida de la propensión de gasto y compra de los proveedores locales. Por tal motivo es necesario conocer detalladamente la información de los gastos locales en cada uno de los sectores de la economía.

3.3.4 Impacto económico total

Finalmente, el impacto total (IT) se define así:

$$IT = \text{Impacto directo} + \text{Impacto indirecto} + \text{Impacto inducido}$$

3.4 La importancia de la mirada económica sobre los festivales

Quizás la faceta menos tenida en cuenta de los festivales, es la económica. Estos no sólo se configuran como acontecimientos de importancia cultural y social, sino como eventos generadores de ingresos y empleo en las economías locales.

El conocimiento de este impacto, por parte de quienes gestionan los festivales, es determinante a la hora de acceder a recursos públicos, (que se dan en forma de subsidios), y de negociar recursos privados, (que se obtienen en forma de patrocinios).

Otro importante aspecto de lo económico, incluso para pequeños festivales con pequeño impacto en sus regiones, tiene que ver con la correcta gestión de los eventos. Los gestores por lo general cuentan con pocas herramientas administrativas y gerenciales, pero de la buena administración de los recursos depende que los festivales puedan ser sostenibles en el tiempo y que puedan prestar mejores condiciones de recepción a artistas y al público asistentes.

Por último, los festivales son ventanas naturales de difusión y comercialización artística. Sin embargo, es raro todavía encontrar un aprovechamiento del máximo potencial de los festivales en este sentido, pues pocas veces se implementan espacios de mercado para el encuentro comercial de los artistas y los agentes de distribución. Por todo lo anterior, la mirada que aporta la economía sobre fenómenos eminentemente culturales, como son los festivales, es una que no se debe desestimar.

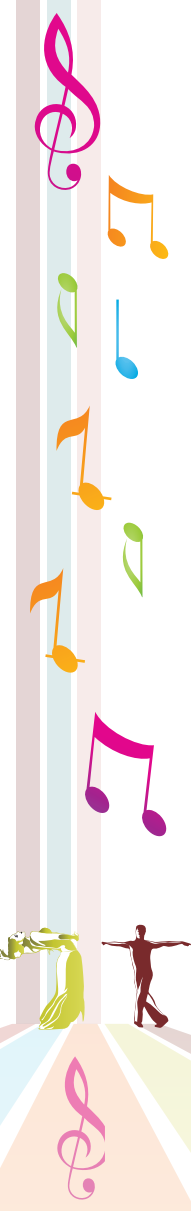
CAPÍTULO 4

The page is decorated with various musical elements. On the right side, there is a vertical line with several colorful musical notes (yellow, pink, blue, green) and a treble clef. At the bottom right, there is a silhouette of a person in a dynamic pose, possibly a dancer, next to a green silhouette of a person in a similar pose. The background features a light blue and white striped pattern on the right side.

Valor cultural y social de seis festivales: hacia un marco conceptual y metodológico

Por: Patrick Morales*,
Estefanía González

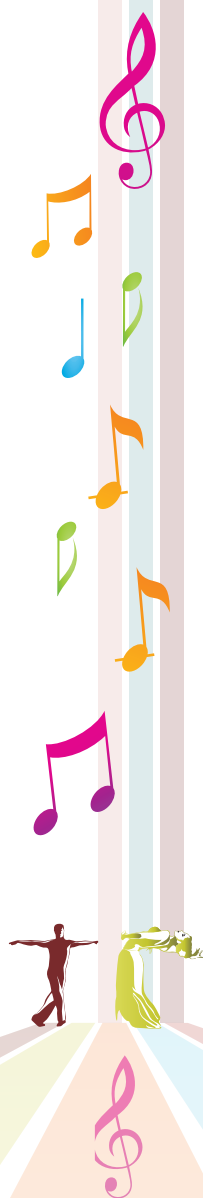
* Asesor de la Dirección de Patrimonio del Ministerio de Cultura



Introducción

A partir del reconocimiento de la cultura como el lugar del encuentro, la diferencia, el intercambio y la creación, y como un eje del desarrollo social y económico del país, proyectado a la consolidación de una identidad colectiva que reconoce y legitima la diversidad cultural como parte de un proyecto de país incluyente, el Ministerio de Cultura genera diferentes mecanismos para que las comunidades realicen sus propios ejercicios de consolidación de una identidad propia y colectiva. En esta perspectiva, a través del Programa Nacional de Concertación, el Ministerio destina recursos para apoyar procesos de visibilización y fortalecimiento de tales identidades, que a su vez permitan ampliar el acceso a bienes y servicios culturales en el marco de una dinámica que confiere alta participación a las dinámicas regionales. En este sentido, el Programa se concibe como un pilar del desarrollo de la cultura en el país, en la medida en que se constituye en un apoyo para la sostenibilidad de la misma, por medio de un ejercicio democrático que posibilita la afirmación del tejido cultural, la promoción de determinadas áreas de la cultura y el reconocimiento de proyectos con influencia positiva en las comunidades.

Bajo la perspectiva institucional, la concertación se concibe como un ejercicio que va más allá de la distribución de los recursos, en tanto que les permite a la sociedad y al Estado comprender las transformaciones propias del campo cultural, hacer un ejercicio conjunto de implementación de



políticas públicas y generar metodologías para alcanzar la sostenibilidad de los procesos culturales de las comunidades. Este se desarrolla en una doble vía, por una parte, a partir de las demandas externas al Estado y sus entidades y, por otra, de la oferta generada desde las dinámicas regionales, tanto institucionales como de esquemas de organización propios. “La concertación combina propósitos de las políticas con realidades de las organizaciones” (Ministerio de Cultura, 2010). Uno de los objetivos de esta visión es el fortalecimiento de instituciones y organizaciones viables, flexibles, que respondan con creatividad a las demandas de las comunidades; entidades capaces de realizar su misión, articuladas con los procesos culturales que promuevan la participación de diferentes sectores de la sociedad.

A partir de lo anterior, el Programa Nacional de Concertación contempla dentro de los proyectos que pueden ser aprobados “actividades artísticas y culturales de duración limitada”, como mercados, fiestas, festivales, encuentros, carnavales y muestras. Estos espacios se comprenden como una posibilidad para la visibilización de un proceso o la vigencia de una tradición, un diálogo cultural como nuevo elemento de reconocimiento y rescate de las diferentes manifestaciones culturales.”

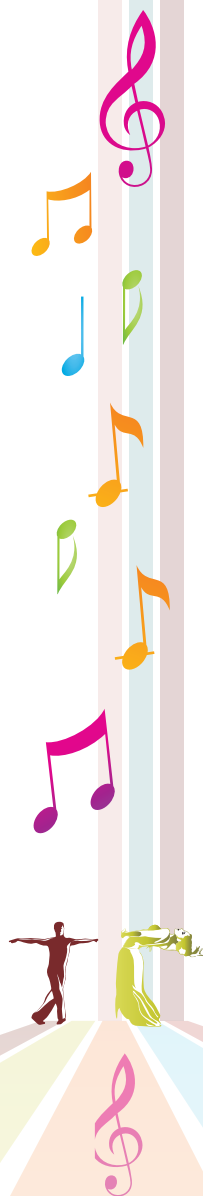
Así mismo y desde un enfoque transversal, el Programa Nacional de Concertación está concebido para propiciar la implementación de las diferentes políticas, lineamientos y enfoques del Ministerio de Cultura, articulando y complementando la

⁵ Política Nacional de Concertación, en Compendio de Políticas Culturales, Ministerio de Cultura, Bogotá. 2010.

ejecución de los planes, programas y proyectos prioritarios de cada una de sus áreas. En ese marco, la comprensión de los eventos de duración limitada que apoya el Programa integra las premisas conceptuales de la Política de Patrimonio Cultural Inmaterial que los concibe como espacios que movilizan un sentido de identidad y propician la construcción de vínculos con la memoria colectiva. El patrimonio inmaterial tal como es definido por la Convención de la UNESCO del 2003, es transmitido y recreado a lo largo del tiempo en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, lo que contribuye a promover el respeto por la diversidad cultural y la creatividad humana¹⁰. Así, incorporar la dimensión patrimonial al estudio de las fiestas y festivales, resulta imprescindible si se quiere tener una comprensión integral de dichos dispositivos como espacios de recreación de sentido de un colectivo que al activar ciertos rasgos de su identidad desde el ámbito de lo patrimonial, propenden por la salvaguardia efectiva de estas manifestaciones.

Por otra parte, bajo la conceptualización aportada por el Grupo de Emprendimiento Cultural, los festivales, fiestas, ferias y encuentros, pueden considerarse dispositivos con una doble condición simbólica y económica. En este sentido, el apoyo a las diferentes manifestaciones culturales, desarrolladas por instituciones y organizaciones en las diferentes regiones del país, se constituye un ejercicio de política pública fundamental para el Ministerio de Cultura, que requiere ser evaluada de manera constante.

¹⁰ Política Nacional de Concertación, en Compendio de Políticas Culturales, Ministerio de Cultura, Bogotá. 2010.



Durante el año 2012, la EAN por encargo del Programa de Concertación del Ministerio de Cultura, ha realizado una investigación del valor cultural y social de seis espacios culturales del país: Festival del Piano de Bucaramanga, Santander; Festival del Pasillo en Aguadas, Caldas; Fiestas de San Pacho en Quibdó, Chocó; Festival Gastronómico de Popayán, Cauca; Encuentro Nacional de Bandas de Sincelejo, Sucre y Cuadrillas de San Martín, Meta. Este capítulo introduce los conceptos y estrategias metodológicas necesarias para entender la articulación entre las dimensiones simbólica, social y política, en el marco de estos espacios culturales.

4.1 Tipos de festivales

Los festivales, como manifestaciones del patrimonio cultural, pueden ser subdivididos en cuatro grupos (Pinazo, et al 2004)

- **Fiestas**

La fiesta es un hecho cultural colectivo que evoca un ser o acontecimiento sagrado o profano a través de ceremonias rituales o actos conmemorativos. Es transmitida por tradición, tiene permanencia, evoluciona, y es propia de la sociedad que la celebra y dota de significado.

Las fiestas se subdividen en dos grupos, según el carácter de la celebración: las fiestas tradicionales y las fiestas patrias. Las primeras, a su vez, se subdividen en fiestas religiosas cuyo motivo de celebración es la necesidad profunda de los individuos y grupos sociales

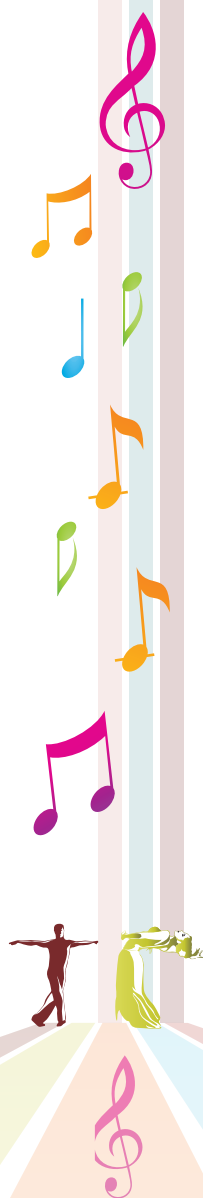
para expresar la devoción religiosa, y por lo tanto, reflejan sentimientos de acercamiento al mundo espiritual; y en fiestas profanas, que se expresan como carnavales, entendidos como una parodia de las reglas que son reconocidas y respetadas por toda la colectividad, y en los que se presenta una inversión del *status* socio-racial.

Una de las fiestas que se ha estudiado, pertenece a la categoría de fiesta religiosa, aunque hoy en día tiene características que la acercan al carnaval: las fiestas de San Pacho en honor a San Francisco de Asís, que se celebran anualmente en Quibdó, Chocó, entre el 20 de septiembre y el 4 de octubre.

- **Festivales**

El festival es un acontecimiento artístico o folclórico que rescata y difunde expresiones culturales y tradiciones populares. Los festivales pueden ser artísticos, que incluyen la difusión de expresiones como la música, la danza, el teatro y el cine, o festivales folclóricos, cuya práctica se orienta hacia la preservación de tradiciones populares.

Para el presente estudio se analizan cuatro festivales: el Festival Internacional del Piano de Bucaramanga, que se celebra cada año durante las tres primeras semanas de agosto presenta artistas nacionales e internacionales y realiza jornadas académicas y eventos en 20 municipios del departamento. El Festival del Pasillo en Aguadas Caldas, un espacio que busca recuperar y mantener la tradición aguadeña asociada al pasillo, propone espacios académicos y feria artesanal, entre otras actividades, que



buscan además, reunir a la comunidad del municipio que vive en otras ciudades del país. El Congreso Gastronómico de Popayán, que también se reconoce como un festival, busca celebrar la comida típica de la región del Pacífico en un ejercicio de conservación de patrimonio gastronómico, por medio de muestras, charlas académicas, e intercambio con otros países. Las Cuadri-llas de San Martín, juegos ecuestres que hacen parte de la Lista Representativa del Patrimonio Inmaterial, y son consideradas como un dispositivo con un gran valor cultural y simbólico para toda la nación.

- **Ferias**

La feria es un evento para promover productos y servicios culturales. Su actividad es la promoción de bienes y servicios culturales que permiten el intercambio socio-cultural y económico, integran la población de una región y resaltan los valores de la comunidad. Ninguna de las manifestaciones del presente estudio pertenece a esta categoría, cuya importancia radica más en lo económico que en lo simbólico, pero el espíritu ferial se observa en las fiestas y los festivales mediante la puesta en mercado de productos y elaboraciones de tipo artesanal que contribuyen a fusionar y difundir tanto las festividades vernáculas como las culturas visitantes.

- **Encuentros**

Los encuentros se definen tradicionalmente como espacios de exhibición, muestra el intercambio de manifestaciones culturales y como ámbitos de salvaguardia de las mismas en términos de rescate y revitalización.

En este estudio se presenta el Encuentro Nacional de Bandas de Sincelejo, que reúne diferentes bandas tradicionales de la región sabanera y otras más recientes de algunas regiones del país, en una muestra de cuatro días en la que se realizan concursos, desfiles tradicionales y eventos callejeros como la Porro Vía.

Figura 4.1 Posters diferentes festivales



Fuente. www.google.com

4.2 Una propuesta metodológica aplicada en seis festivales

Comprendemos los festivales, fiestas y encuentros como espacios culturales para la participación, el encuentro, la inclusión social, la consolidación de la identidad colectiva, la construcción de significados simbólicos, de sentido y pertenencia y el fortalecimiento de las comunidades mediante la construcción colectiva de dicho espacio. Es decir, como parte del patrimonio inmaterial de la sociedad, que por tanto requiere de acciones para su salvaguarda, difusión, reconocimiento y transmisión; se comprenden como manifestaciones colectivas, dinámicas, tradiciones vivas con un gran valor simbólico. En este sentido, es importante analizar diferentes aspectos de los eventos señalados que tienen que ver con la participación de las comunidades, la relación con el espacio, la salvaguarda del patrimonio, la apropiación e inclusión social y el reconocimiento de la diversidad, entre otros.

Con este fin se desarrolló y aplicó a lo largo de 2012 una metodología de carácter etnográfico a partir de la observación y participación de un equipo de investigación que se desplazó hasta los seis festivales antes mencionados, que implicó el diseño de instrumentos de investigación (encuestas dirigidas a personas que participan desde diferentes niveles) y la construcción de una guía de observación en campo que permitió trazar un recorrido por las principales categorías de análisis. Los instrumentos (encuestas) permiten analizar la participación y apropiación de tres grupos de personas relacionadas de diferente forma, con cada espacio cultural: público asistente, organizadores y artistas.

Frente al público, el instrumento buscó conocer aspectos generales como el grupo poblacional al cual pertenece, las razones por las cuales asiste al festival, las personas que lo acompañan, el nivel de escolaridad, la condición económica, la forma en que se enteró del evento. Con estas preguntas se buscó comprender la diversidad de los asistentes y al mismo tiempo, sus posibilidades de acceso y participación. Por otra parte, se busca constatar si el festival o encuentro generaba algún tipo de frontera, bien sea de carácter simbólico o económico. Al mismo tiempo, conocer la percepción de los asistentes sobre el mismo, es decir, si consideraba que en realidad este era un espacio de integración, de reafirmación de la identidad y de construcción colectiva; intentó además determinar su grado de apropiación a partir de la participación en los diferentes eventos que realiza cada festival o encuentro, su apreciación frente a festivales o encuentros pasados y los intereses que podría manifestar frente al mismo.

Con los artistas, el instrumento buscó conocer por, una parte, aspectos relacionados con la actividad, es decir, qué tipo de manifestación o expresión realizaban, cómo ha sido su aprendizaje de la misma, si es una tradición o al contrario, un conocimiento adquirido, cuál es su grado de profesionalización, si esa es su principal actividad económica y si participa de otros espacios semejantes. Por otra parte, buscó comprender cómo es el acercamiento y cómo se viabiliza la colaboración de los artistas, esto es, saber si son invitados o si intervienen en una convocatoria, quién cubre los gastos de participación, cómo se relaciona su gobierno municipal o institución con los organizadores del encuentro al que asiste. Finalmente, analizar la apropiación de los artistas frente al festival o encuentro, si lo hacen de forma continua o por un interés personal y si les permite el intercambio cultural, entre otros.

Para el caso de los organizadores, el instrumento buscó: generar respuestas frente a aspectos que tienen que ver con la sostenibilidad del festival o encuentro, el aporte del mismos en la salvaguardia del patrimonio inmaterial de la comunidad; determinar los principales objetivos y motivaciones para realizarlo; establecer su relación con programas y políticas públicas a nivel local y nacional; las posibilidades de articulación institucional que ofrece y la participación de la comunidad en lo que tiene que ver con la organización y la toma de decisiones. Así mismo, buscó generar insumos para el análisis de los principales impactos sociales de cada espacio cultural e identificar posibles modelos de gestión, captación de recursos y estrategias de sostenibilidad.

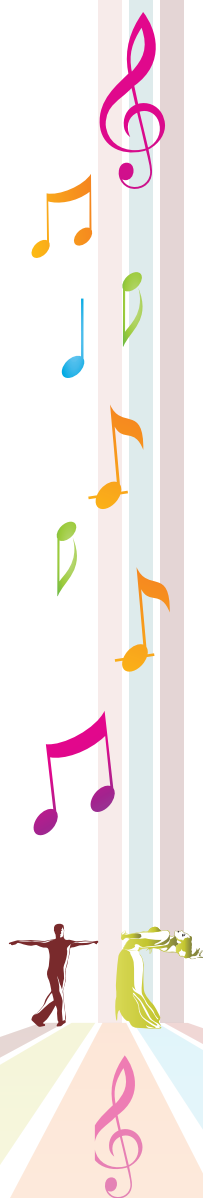
Dicha información se procesó y analizó como parte integral del estudio de cada festival o encuentro. Ahora bien, en cuanto a la guía de campo que sirvió como instrumento para el análisis etnográfico, se trató de un instrumento construido a partir de tres momentos: una evaluación de los anteriores estudios, orientado a definir los aspectos más relevantes que deben ser tenidos en cuenta, los aprendizajes de experiencias anteriores y lo que podrían considerarse vacíos susceptibles de ser abordados en este proyecto; La revisión de la política del Programa Nacional de Concertación, de Patrimonio Cultural Inmaterial y de Emprendimiento Cultural, con el propósito de definir los elementos más relevantes en el análisis de cada festival y encuentro, en relación con los objetivos de dichas políticas, con el fin de que fueran integrados en el estudio, y la construcción de una herramienta que permitiera una completa observación en campo y su análisis aplicado a cada festival o encuentro.

Previo al trabajo de campo se efectuó una revisión bibliográfica sobre cada espacio cultural, posteriormente se preparó un equipo de dos jóvenes locales para realizar las encuestas y finalmente, se realizó la observación en campo a partir de cinco categorías principales:

- Percepción, representación y participación del público.
- Caracterización de los organizadores.
- Usos de los espacios y el entorno.
- Difusión en medios.
- Valor simbólico.

El trabajo de campo se concibió como un trabajo integral de participación en los diferentes eventos de cada festival o encuentro, los espacios de preparación y organización, los espacios paralelos que de alguna manera se relacionan con la fiesta, entre otros. Se realizaron entrevistas a profundidad con organizadores, asistentes, artistas y comunidades locales, con el propósito de ahondar en cada categoría. Por otra parte, se recopiló material audiovisual y gráfico (fotos, mapas, afiches, flyers, etc.) con el fin de complementar la investigación.

La difusión en medios se analiza como un aspecto fundamental en dos sentidos: interrogarnos sobre la manera en que las personas se enteran del evento y las modalidades en que el propio evento comunica y establece vínculos con otras comunidades, personas e instituciones, y cómo es representado el evento en los medios buscando comprender si esa representación es la misma o se relaciona con la que promueven los organizadores y la que perciben el público y los artistas. En otras palabras, la comprensión de la construcción social del imaginario y la representación de cada festival o encuentro por fuera del marco de su desarrollo, así como



el impacto de cada espacio cultural en el ámbito regional y nacional en la perspectiva de ahondar en la participación de las comunidades locales y extranjeras.

Figura 4.2 Fotos diferentes festivales



Fuente. www.google.com

4.3 Diálogo entre los conceptos y los resultados de la metodología

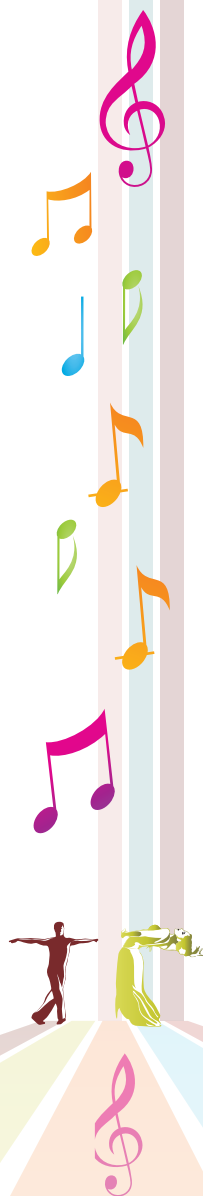
Proponer un estudio del impacto cultural de eventos de naturaleza tan disímil como los que aborda este capítulo supone un reto teórico considerable. Como punto de partida podemos afirmar que la diversidad de estas manifestaciones constituye de por sí, un testimonio de la complejidad y de las transformaciones del campo cultural en Colombia.

Por lo general se considera que el eje conceptual que estructura la noción de impacto cultural está anclado en el tema del fortalecimiento de las identidades y la afirmación del tejido social de las comunidades y actores sociales que organizan y participan en los eventos y manifestaciones. Así mismo, un criterio relevante a este análisis está soportado en la noción de sostenibilidad de las prácticas culturales, elemento importante

en la política del Programa de Concertación. Esta noción no está referida, por supuesto, únicamente a un tema económico, pues desde el campo de lo cultural este concepto se entiende desde una perspectiva más amplia, inscrita en lo que se ha denominado la apropiación del patrimonio cultural, una de las prioridades señaladas en el Plan de Gobierno. Dicho de otro de modo, la apropiación del patrimonio por parte de las comunidades representa un elemento estructurante a la hora de pensar la sostenibilidad económica, social y cultural de las prácticas culturales, eje central para construir los análisis sobre impacto cultural.

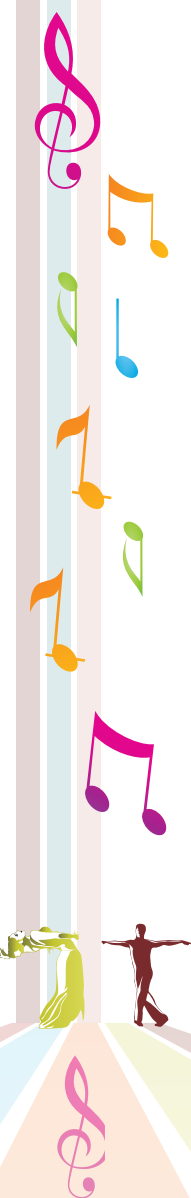
De manera general, la apropiación del patrimonio se ha entendido como una toma de conciencia de las comunidades sobre la importancia de su identidad en términos de activo social. Este punto no deja de ser polémico por cuanto puede ser discutible el hecho de que las comunidades deban apropiarse una serie de elementos que son constitutivos de su identidad como sujetos colectivos, en el supuesto de que deben entender como propias (y por consiguiente generar mecanismos de protección y salvaguardia) una serie de dinámicas simbólicas ya apropiadas de hecho en términos identitarios y que por consiguiente, no sería necesario poner en valor.

Es en este marco que, las lecturas patrimoniales han planteado el tema de las activaciones simbólicas producidas alrededor de este campo, entendiéndolas como un esfuerzo de objetivar una serie de rasgos identitarios constitutivos de lo que puede ser el patrimonio de una comunidad. El Festival del Pasillo en Aguadas representa un ejemplo de este proceso por cuanto representa la movilización de una identidad producida por un grupo de actores de la comunidad entorno a una serie de rasgos específicos relacionados con este tipo de expresión



musical. Alrededor del pasillo (y no de otros elementos que podrían ser parte de la identidad de los habitantes de la región) se activa un entramado simbólico que en principio, reafirma una noción de identidad paisa entorno a la cual se teje el carácter patrimonial de la manifestación. En este orden de ideas, se entiende que un elemento fundamental para abordar los estudios de impacto cultural tiene que ver con la necesidad de reconocer el carácter político de las identidades pues alrededor del campo de lo patrimonial se producen y visibilizan una serie de representaciones en disputa sobre el carácter identitario de una manifestación.

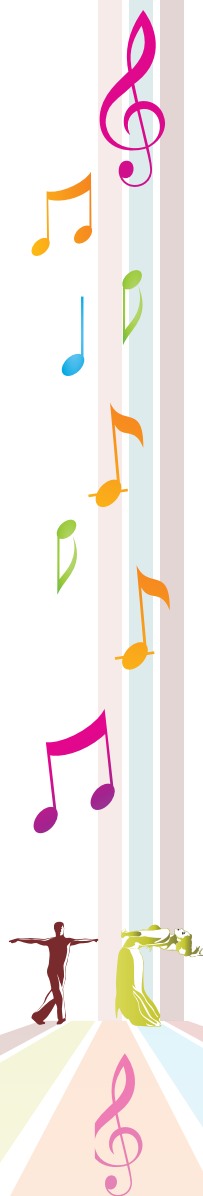
En este sentido, se ha propuesto dar un énfasis importante a la caracterización de los organizadores del evento pues se reconoce que son ellos quienes producen la representación dominante de la identidad que se pone en juego en el marco del mismo. El Festival del Pasillo de Aguadas o el Encuentro de Bandas de Sincelejo, por ejemplo, proponen como telón de fondo al evento, una cierta visión de la identidad (Paisa-Sabanera), y la instrumentalizan a través de las particularidades que le dan al desarrollo y organización de cada uno de estos espacios. En efecto, los festivales y encuentros movilizan una idea del cómo somos que encarna los intereses e imaginarios del grupo que la propone. La cercanía de esta representación con las representaciones identitarias que se hacen otros actores sociales del colectivo determina en gran parte la aceptación y apropiación del evento en términos sociales y culturales. La representación movilizada por supuesto tiene que estar anclada en una tradición cultural en la que la mayoría de los actores puedan reconocerse, aun cuando, como en el caso de Aguadas y Sincelejo, esta no se encuentre completamente vigente en la práctica cotidiana. En este caso, los eventos y festivales movilizan lo que podríamos llamar una identidad en



memoria y pueden llegar a constituir espacios importantes de salvaguardia de la manifestación, aún si probablemente este hecho facilite la instrumentalización identitaria movilizadora por el evento. Esta instrumentalización, es decir, el uso político o la imposición de una cierta identidad alrededor de un evento, sólo se puede ver contrarrestada por la existencia de espacios de participación amplia en términos organizativos (definición de contenidos y temáticas, uso de espacios, políticas de acceso) de segmentos o grupos que representen a la comunidad involucrada en el evento.

Bajo este marco, y frente a la caracterización de los organizadores descritos en el aparte metodológico, se trataron de comprender, especialmente, las relaciones de poder que se establecieron en cada encuentro o festival, cómo se relacionó el grupo organizador con la ciudadanía o comunidad, quién tomó las decisiones y a partir de cuáles criterios; así mismo se buscó analizar si el evento promovió la participación o por el contrario, configuró un espacio excluyente y monopolizado. Nos interesó entender cómo participó la comunidad en la organización, cómo fue su representatividad y cuál fue el retorno en términos cualitativos de la inversión que se hizo, qué tipo de capital se reprodujo y quién se benefició con la puesta en marcha de cada festival o encuentro a nivel económico y simbólico.

Festivales como los de Aguadas o Sincelejo se mueven sin duda entre el rescate, la revitalización y la salvaguardia de una manifestación y es en este sentido, que en el presente estudio se indaga por los espacios de formación y transmisión propiciados por el evento y por una caracterización de los participantes que acudieron a él como actores activos.



Los riesgos derivados de muchos festivales que movilizan tradiciones no necesariamente vigentes en la práctica social y cotidiana de las comunidades tienen que ver con la posible folclorización de una manifestación; en efecto, los festivales -y sobre todo aquellos que movilizan lo que hemos llamado una identidad en memoria- pueden derivar en ocasiones en una movilización de las tradiciones culturales en términos de una puesta en escena atemporal de una manifestación expuesta casi como una pieza de museo.

En síntesis, es difícil proponer un festival o un encuentro duradero en el tiempo que transmita un mensaje el cual no permita a la comunidad reconocerse en él y que no esté anclado en una tradición compartida por el colectivo, pues de estos elementos depende en parte su sostenibilidad e impacto. En su mensaje, en su estructura participativa y organizativa, un festival debe proponer un espacio amplio de debate sobre los imaginarios de tradición e identidad del colectivo, como condición que permita una apropiación importante por parte de la comunidad.

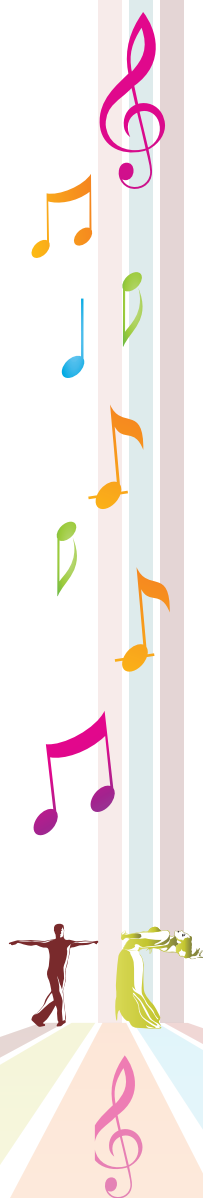
Es por esto que nos interesó comprender los imaginarios y representaciones que movilizan los actores sociales involucrados en la manifestación sobre el sentido del evento y la interpretación de los mensajes simbólicos que conlleva. Buscamos comprender si los participantes lo asumen como un espacio para el encuentro, una manifestación que reafirma un imaginario colectivo, o si por el contrario lo perciben como un espacio festivo más. En este sentido, se trató de conocer las historias y genealogías que giran alrededor de cada espacio cultural. Las preguntas que estructuran este tema están entonces dirigidas a establecer cuál es la historia que conoce la gente, cuál es la que se cuenta, de donde viene cada

manifestación, cuál es su mito fundacional y porqué hoy se continúa haciendo.

Si bien se destacan algunos temas críticos en términos de impacto y apropiación social de los eventos realizados en Aguadas y Sincelejo, es evidente que estos espacios movilizan una tradición cultural compartida por los habitantes de la región además de representar un espacio relevante de salvaguardia del patrimonio cultural local.

Por otra parte, en términos de un ejercicio de impacto cultural, el Festival de Piano de Bucaramanga y el Congreso Gastronómico de Popayán, merecen un comentario aparte. Ninguno de los dos eventos no movilizan una tradición cultural históricamente compartida por un colectivo y en líneas generales, su impacto social y cultural, en el sentido que hemos planteado hasta el momento en este texto, parecería no ser relevante. Si bien la cocina tradicional representa un campo del patrimonio inmaterial importante en la construcción de una identidad colectiva, en el caso de Popayán la orientación del evento (más hacia la gastronomía que hacia la cocina tradicional) y la motivación de sus organizadores, no parecen derivar en la construcción de dinámicas asociadas a una apropiación social del patrimonio, en relación de un debate sobre representaciones de una identidad local. El análisis y caracterización de los organizadores de este evento demuestra claramente que responde a una voluntad de un sector de la comunidad por posicionar -no rescatar ni revitalizar- un tema de trabajo asociado a la gastronomía.

No obstante, no queremos afirmar que la temática central de un encuentro deba estar necesariamente anclada en una tradición cultural compartida en términos reales o imaginarios. De



hecho, el piano como manifestación artística y musical no ha caracterizado históricamente a los habitantes de Santander y sin embargo, el presente estudio demuestra un impacto y una apropiación importante por parte de la comunidad del festival asociado a esta expresión artística. En este caso, como en el de Popayán, la mirada sobre el impacto cultural está puesta en términos de la construcción de espacios de formación y en términos del acceso para el público en general.

En la categoría que analiza la percepción y participación del público, se buscó la comprensión, por una parte, del tipo de público asistente a los diferentes eventos, y por otra, las barreras simbólicas, geográficas o materiales que se presentaron así como las diferentes relaciones que se establecieron entre el público y los organizadores, el público y los artistas y el público entre sí.

El Festival de Piano de Bucaramanga y el Congreso Gastronómico de Popayán generan espacios interesantes en términos de intercambio y formación e incluso en el segundo, se resalta un esfuerzo por construir un nicho importante de emprendimiento cultural. Sin embargo, el evento de Popayán no deja de plantear interrogantes importantes en el ámbito de la representatividad del grupo organizador y en el tema del acceso a los eventos y actividades, un punto fundamental en la perspectiva del impacto social y cultural.

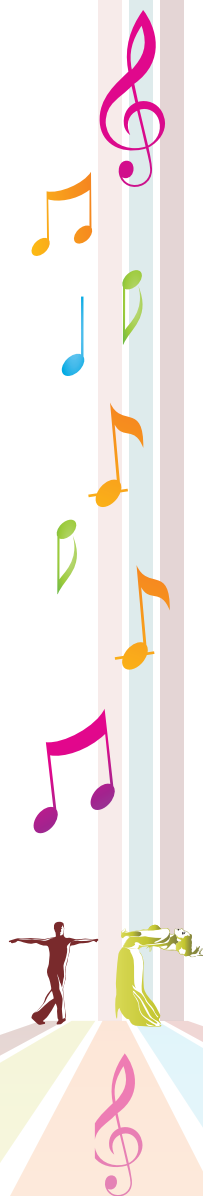
A diferencia de una identidad en memoria, movilizada por festivales como los de Aguadas o Sincelejo, la Fiesta de San Pacho o la celebración de las Cuadrillas de San Martín movilizan lo que podríamos llamar una identidad en acción. Estos eventos están ligados a una memoria de larga duración de un proceso histórico de colonización y evangelización que

ha sido fundamental en la construcción de la identidad de los habitantes de la región.

Sin embargo, estos eventos no sólo están estrechamente ligados en su genealogía con una tradición cultural colectiva sino que a la vez, representan el espacio fundamental a través del cual esta tradición cultural se ha ido recreando en términos de una constante reactualización de la identidad. En el sentido que hemos propuesto anteriormente, para abordar el impacto cultural, estos espacios propician un fértil campo de disputa sobre las identidades y las memorias movilizadas por el poderoso dispositivo simbólico que vehiculan.

La dimensión simbólica representa en este sentido un aspecto fundamental en la medida que tratamos de comprender el valor que tiene cada uno de estos espacios culturales como proceso social fundamental en la construcción y reafirmación de identidades colectivas. Y en este mismo sentido, lo tratamos de hacer con el festival o encuentro como parte del patrimonio inmaterial de las comunidades, razón por la cual, se buscó evidenciar mecanismos de salvaguardia y protección presentes en las dinámicas propias de cada dispositivo. por ello un criterio importante que hemos planteado en este estudio para el análisis de los seis casos propuestos tiene que ver con el tema de la espacialidad asociada a los eventos.

El uso de los espacios y del entorno, se relaciona de forma directa con la apropiación de la fiesta por parte de la ciudadanía, en la medida en que son los espacios los que definen en gran parte el carácter público o privado del evento y las posibilidades de acceso al mismo, por cuanto este el territorio tiene la facultad de generar barreras o invitar a la comunidad. Buscamos entonces entender si los espacios eran reconocidos

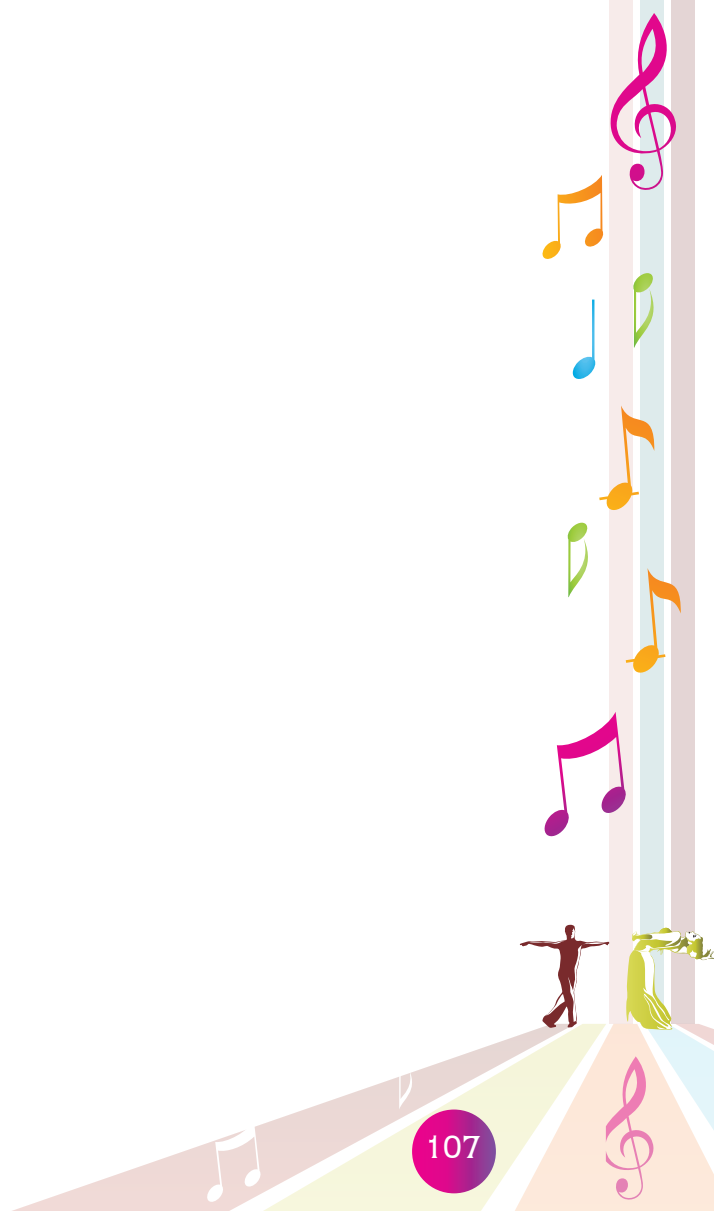


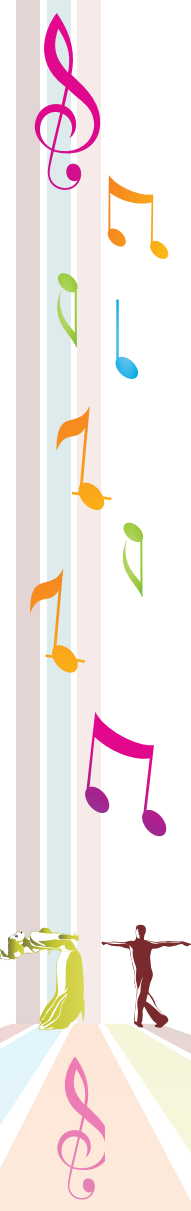
y legitimados por la comunidad como espacios de todos, si fueron adecuados, si se relacionaban con una pregunta por el patrimonio y la tradición o si simplemente representaban espacios disponibles.

Los dispositivos simbólicos relacionados con la identidad proponen sin duda una relación importante con una espacialidad, sea esta real o imaginada. La Fiesta de San Pacho y la celebración de las Cuadrillas de San Martín están sustentadas en cartografías de alto valor cultural y en ese sentido, suceden en espacios que son significativos para la comunidad en términos de la construcción de su identidad. Es así como la Fiesta de Quibdó y la celebración de Cuadrillas de San Martín están fundamentados en dinámicas organizativas estrechamente ligadas con las características simbólicas del evento (relación con los barrios en San Pacho, junta conformada por representantes de de los cuadrilleros en San Martín). Este hecho permitió sin duda que estos espacios hayan podido adaptarse a los cambiantes contextos históricos sin dejar de constituir un dispositivo importante en la recreación de la identidad de los colectivos que participan en cada uno de ellos.

En términos de apropiación, estos dos casos pueden considerarse relevantes por cuanto alrededor de ellos se ha generado un proceso de gestión social de su patrimonio (ambos están inscritos en la lista representativa de patrimonio cultural inmaterial luego de un proceso comunitario de reflexión e investigación) dirigido a construir medidas de salvaguardia de estas manifestaciones y a fortalecer las comunidades que participan en cada una de ellas, en términos del mejoramiento de su calidad de vida y de la reivindicación de sus derechos culturales.

Bajo la perspectiva de un lectura de impacto cultural, consideramos que este último criterio debe constituir un pilar fundamental para el análisis, no sólo en términos de concordancia con la Política Pública de Patrimonio Inmaterial sino en la medida en que la gestión social del patrimonio se considera una vía adecuada para lograr una sostenibilidad social y cultural que asegure la efectiva protección de la diversidad cultural del país.





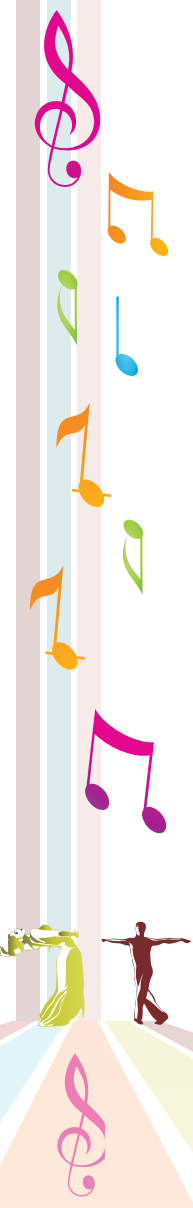
CONCLUSIONES

Al reconocer en las manifestaciones culturales la expresión viva de las comunidades, se propone que la caracterización del valor cultural y social de cada festival, se realice a partir de la descripción de sus valores simbólicos y patrimoniales, que reconozcan en el componente socioeconómico, a los agentes involucrados (público y artistas), mediante el acercamiento a la apropiación de los eventos como manifestaciones culturales por parte de la comunidad que son el resultado de la participación social en los festivales, además del análisis en el uso de los espacios y relación con el entorno y la descripción de estrategias de difusión en los festivales en estudio, se logra identificar que:

Hay una caracterización en el impacto económico y el valor social y cultural de seis festivales en Colombia en el 2012, como son: X Congreso Nacional Gastronómico de Popayán, 29° Festival Internacional de Piano, Bucaramanga del 13 de agosto al 7 de Septiembre; XXVII Encuentro Nacional de Bandas, Sincelejo, Sucre del 16 al 19 de agosto. Festival nacional del Pasillo Colombiano en homenaje a los Hermanos Hernandez, Aguadas-Caldas, del 17 al 19 de agosto. Fiestas Franciscanas de San Pacho, Quibdó-Choco, del 19 de septiembre al 5 de octubre, Cuadrillas de San Martin, San Martin Meta del 9 al 12 de noviembre. En cada uno de ellos, se busco caracterizar el impacto económico de cada festival o fiesta, donde se identificaron el gasto y el empleo directo

generados por las entidades gestoras de los eventos, así mismo el gasto indirecto hecho por el público asistente a los eventos, como también el aumento en la actividad económica de los agentes económicos afectados durante el desarrollo de la festividad.

Ello permite hacer un análisis de las estrategias de gestión y sostenibilidad de los festivales a partir de la adaptación del Modelo para la Modernización de Organizaciones (MMGO®) para organizaciones culturales. El cual caracterizó e identificó la metodología del valor cultural y social de las fiestas donde permite hacer la descripción de los valores sociales y patrimoniales de la fiesta con relación al comportamiento socio-económico de los agentes involucrados, donde la mirada y actitud de sus participantes traspasa la dimensión del ser activo, quien hace viva la celebración como manifestación del patrimonio inmaterial de la nación y ese tránsito al mundo de lo financiero, reconociendo en ello el impacto económico que tienen estas celebraciones en las comunidades y el impacto en las regiones donde se desarrollan.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ariño, A. (2010). Prácticas culturales en España. Desde los años sesenta hasta la actualidad. Barcelona: Ariel.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. (2007). Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades.

Barbero, J. et al. (2000). Industrias Culturales. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Bonet, L. y Schargorodsky H. (2011). La Gestión de festivales escénicos: conceptos, miradas y debates. Cuadernos Gescénic. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Braidotti, R. (2005). Metamorfosis: Hacia una teoría materialista del devenir. Madrid: Akal ediciones.

Díaz, R. (1998). Archipiélago de rituales. Madrid: Anthropos. Universidad Autónoma Metropolitana.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN -DNP. (agosto, 2007). Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad. Documento sectorial. Cultura, publicidad y medios.

_____. (2002). CONPES 3162 de 2002: Lineamientos para la Sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura. Bogotá D. C.

Escalera, J. (1999). La fiesta como patrimonio. Recuperado de http://www.iaph.es/Patrimonio_Historico/cd/ficheros/26/ph21-53.pdf

Fernández, M. y Herrero, L. (2009). Análisis económico de la demanda de un festival cultural. Studios de economía aplicada Vol. 27 (1). p. 137-158.

Gaitán, J. (s.f.). La evolución de las industrias culturales y creativas en Colombia. Artículo para publicar.

García, N. y Moneta, C. (1999). Las industrias culturales en la integración latinoamericana. México: Editorial Grijalbo.

_____. (1989). Culturas híbridas. México: Grijalbo.

Gil, E. (1991). Estado de fiesta. Madrid: Espasa.

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA. (2003). Impacto Económico en la Industrias Culturales en Colombia. Convenio Andrés Bello.

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA, Convenio Andrés Bello y Equipo Economía y Cultura. (2003). Impacto económico de las industrias culturales en Colombia. Bogotá: Ministerio de Cultura.

MINISTERIO DE CULTURA. (2005) Plan Nacional para las Artes 2006-2010. Bogotá. pag. 53.

MINISTERIO DE CULTURA (2010). Política Nacional de Concertación, en Compendio de Políticas Culturales.

Pizano, O., et al (2004). La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social. Bogotá D. C.: Convenio Andrés Bello.

Rey, G. (2012). Industrias culturales, creatividad y desarrollo. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

_____. (mayo, 2005). Diversidad cultural y tratados de libre comercio. Anaconda, Fundación BAT Colombia No. 5. Bogotá. p. 92-95.

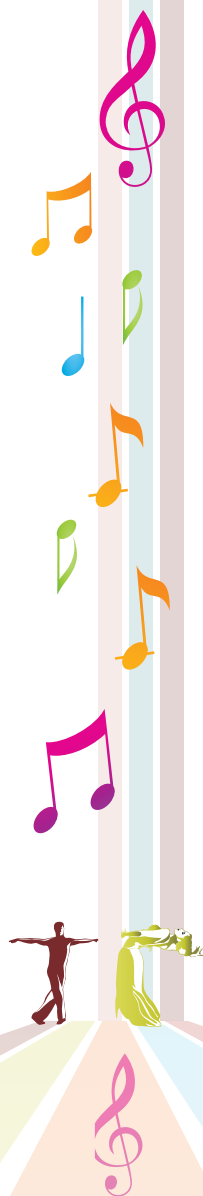
_____. (s.f.). La cultura en los tratados de libre comercio. Diez preguntas sencillas sobre diez asuntos complejos. Bogotá: Papeles CAB.

Rey, G., Reina, M. y Castellanos, G. (2004). Entre la realidad y los sueños. La cultura en los tratados económicos de libre comercio. Bogotá: CAB.

SISTEMA ECONÓMICO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE -SELA- (junio, 2011). Incentivo a las Industrias Culturales y Creativas en América Latina y el Caribe. Secretaría permanente del SELA SP Di No. 8 -11. Caracas.

Sendón de León, V. (2006). Matria. Madrid: Siglo XXI Editores.

UNCTAD. (2008). Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Creative Economy Report. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy making.



UNESCO. (2005). Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. París.

UNESCO. (2002). Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. Johannesburgo.

UNCTAD. (2010). Creative Economy Report 2010, a feasible development option.

Warnier, J. (2002). La mundialización de la cultura. Barcelona: Gedisa.

Veblen, T. (2004). Teoría de la clase ociosa. México: Fondo de Cultura Económica.

http://www.iaph.es/Patrimonio_Historico/cd/ficheros/26/ph21-53.pdf

<http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/view/40/39>